



**UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA**  
**FACULDADE DE COMUNICAÇÃO**  
**DEPARTAMENTO DE JORNALISMO**

**ANA CLÁUDIA GONÇALVES MASCARENHAS**

**@DISTRITO.CERRADO:**  
**UMA REVISTA PARA *INSTAGRAM* SOBRE VIDA SUSTENTÁVEL NO**  
**DISTRITO FEDERAL**

Brasília  
2019

**ANA CLÁUDIA GONÇALVES MASCARENHAS**

**@DISTRITO.CERRADO:**

**UMA REVISTA PARA INSTAGRAM SOBRE  
VIDA SUSTENTÁVEL EM BRASÍLIA**

Memória do projeto experimental apresentado ao Curso de Jornalismo da Faculdade de Comunicação, Universidade de Brasília, como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel em Jornalismo, sob orientação da professora doutora Dione Oliveira Moura.

Brasília  
2019

**@DISTRITO.CERRADO:**  
UMA REVISTA PARA INSTAGRAM SOBRE  
VIDA SUSTENTÁVEL EM BRASÍLIA

Projeto experimental apresentado como requisito parcial para obtenção do título de bacharel em Jornalismo à Universidade de Brasília.

Brasília, 4 de dezembro de 2019

Banca examinadora

---

Professora Doutora Dione Oliveira Moura (presidente)

---

Professora Doutora Mariana Ferreira Lopes (membro titular)

---

Professora Doutora Rafiza Luziani Varão Ribeiro Carvalho (membro titular)

---

Professor Doutor Jairo Faria (suplente)

À Luzia Dalva Gonçalves e à Simone Metzker Aguilar, em memória, por terem me ensinado a amar a natureza e a cuidar de nossas casas.

A João Batista Gonçalves, por ter me mostrado o valor da simplicidade e da alegria.

## Agradecimentos

À minha mãe, Cláudia, e meu padrasto, David, que sempre prezaram por me dar a melhor educação, as melhores oportunidades e os melhores conselhos possíveis.

Aos meus avós maternos, Dalva e Batista, que me ajudaram durante toda vida, mas, principalmente, nas últimas semanas da conclusão deste trabalho com todo apoio e carinho.

À minha avó Simone, em memória, por me inspirar sempre a seguir meus sonhos sem tirar meus pés do chão.

Ao meu pai, Leonardo, e à minha madrasta, Julie, que me ouviram e apoiaram, mesmo à distância.

Às minhas irmãs, Valéria, Micaela e Camila, que me inspiram a ser melhor para apoiá-las sempre e vê-las florescer.

À toda minha família, que sempre me fizeram sentir muito amada e sortuda por pertencer a essa linhagem.

Ao Caio Sato, por todo amor, compreensão, carinho e ajuda, mesmo nos momentos mais difíceis.

À Sandra e à Luã Sato, sem as quais a revisão deste trabalho e sua fundamentação teórica não poderiam estar completas.

À Nathália Delgado, sem a qual o design da revista não seria o mesmo e que, sem sua amizade, eu não seria a mesma.

À Raquel Monteath, mãe que a vida me deu e que cuidou de mim com carinho e firmeza.

Ao Bernardo de Lima e ao Pedro Ribeiro, amigos que me apoiaram incondicionalmente durante essa caminhada acadêmica, desde o ensino médio, e compreenderam minhas ausências.

Aos grandes amigos, Keyla Celestino, Marco Xavier, Mariana Portal, Ticiane Penatti, Júlia Costa, Ana Paola Santiago e Mila Pelúcio que estiveram comigo, me apoiaram e acreditaram em mim mesmo quando me faltou a confiança,

À Nívea Ribeiro, amiga que me escutou, encorajou e aconselhou quando eu mais precisava.

À Hellen Câmara, que me deu o presente de aniversário que serviu para fazer todas as anotações que deram origem a este trabalho.

Às graduandas Giullia Vênus Oliveira Santos e Neyrilene Raquel Costa que dividiram comigo parte do tema de pesquisa, do curso e dessa etapa final.

À Dione Oliveira Moura, que nutre aqueles que passam por seu caminho de esperança e carinho e sem a qual este trabalho não seria possível. Gratidão por guiar-me até aqui.

Aos membros do SOS Ribeirão e a todos aqueles que sonham e batalham por um mundo mais justo, sustentável e melhor.

Ao povo brasileiro, que, mesmo frente a todas as adversidades, segue lutando por uma nação mais justa e que me proporcionou a oportunidade de estudar em uma universidade pública, gratuita e de qualidade.

Não te deixes destruir...  
Ajuntando novas pedras  
e construindo novos poemas.  
Recria tua vida, sempre, sempre.  
Remove pedras e planta roseiras e faz doces. Recomeça.  
Faz de tua vida mesquinha  
um poema.  
E viverás no coração dos jovens  
e na memória das gerações que hão de vir.  
Esta fonte é para uso de todos os sedentos.  
Toma a tua parte.  
Vem a estas páginas  
e não entaves seu uso  
aos que têm sede.

*Aninha e Suas Pedras.* (Cora Coralina, 2011. p. 243)

## RESUMO

A pesquisa visa analisar a viabilidade de ampliação do alcance de temas de valor ético na sociedade, mais especificamente a sustentabilidade e a conservação ambiental, por meio da produção de conteúdos jornalísticos para a rede social *Instagram*. O estudo consiste na memória de uma revista digital feita inteiramente na rede social que discute temas relacionados à sustentabilidade e meio ambiente no contexto do Distrito Federal. O projeto explorou possibilidades de inovação no fazer jornalístico no que se refere a sua forma e também a seus critérios de seleção de notícias com objetivo de inserir temáticas ligadas ao interesse público na mídia. Inicialmente, o trabalho dedica-se a fazer uma breve revisão teórica sobre sustentabilidade no século XXI, valor-notícia por trás de temáticas ambientais e adaptações do jornalismo a novas plataformas online. A primeira edição da revista aborda questões relacionadas ao caso do Ribeirão Sobradinho, curso d'água poluído por despejo de esgoto e por outras intervenções humanas por meio de reportagens escritas e videorreportagens. Assim, o projeto explora e propõe novos caminhos para o jornalismo em meio às inovações tecnológicas e os desafios que as primeiras décadas do século XXI apresentam.

**Palavras-chave:** sustentabilidade, jornalismo, redes sociais, *Instagram*, revista, Distrito Federal



## **ABSTRACT**

The research aims to analyze the feasibility of expanding the reach of ethical issues in society, specifically sustainability and environmental conservation, by adapting journalistic content to the Instagram social network. The study consists of the memory of a digital magazine made entirely on the social network that discusses issues related to sustainability and environment in the context of the Federal District. The project explored possibilities for innovation in journalism in terms of its form and also its news selection criteria in order to insert topics related to the public interest in the media. Initially, the paper is dedicated to a brief theoretical review of sustainability in the 21st century, news value behind environmental issues and journalism adaptations to new online platforms. The first edition of the magazine addresses issues related to the case of Ribeirão Sobradinho, a water course polluted by sewage disposal and other human interventions through written reports and video reports. Thus, the project explores and proposes new avenues for journalism amidst technological innovations and challenges that the first decades of the 21st century present.

**Keywords:** sustainability, journalism, social networks, Instagram, magazine, Distrito Federal

## LISTA DE FIGURAS

<b>Figura 1</b> - Perfil no Instagram de Kylie Jenner com indicações de elementos em uma conta padrão no <i>Instagram</i> .	29
<b>Figura 2</b> - Perfil no <i>Instagram</i> do blog Uma Vida Sem Lixo.	48
<b>Figura 3</b> - Imagem retirada do perfil no <i>Instagram</i> da artista FKA Twigs	50
<b>Figura 4</b> - Imagem retirada do perfil no <i>Instagram</i> da revista DQKER.Nation	51
<b>Figura 5</b> - Capa de uma das edições disponíveis no <i>Instagram</i> da revista DQKER.Nation	52
<b>Figura 6</b> - Quadro de palavras feito com base na técnica de <i>brainstorm</i>	63
<b>Figura 7</b> - Quadro de inspirações imagéticas feito no <i>Pinterest</i>	64
<b>Figura 8</b> - Desenhos preliminares para elaboração da logo da revista	65
<b>Figura 9</b> - Propostas de logo para a revista feitas em papel	65
<b>Figura 10</b> - Logos inspiradas na flor Caliandra, comum no Cerrado e nos ipês amarelos, respectivamente	66
<b>Figura 11</b> - Logo oficial da revista	67
<b>Figura 12</b> - Paleta de cores da @distrito.cerrado	68
<b>Figura 13</b> - Fontes utilizadas na identidade visual da revista	69

## LISTA DE TABELAS

<b>Tabela 1</b> - Cronograma de produção 2018 .....	42
<b>Tabela 2</b> - Cronograma de produção 2018 .....	43
<b>Tabela 3</b> - Cronograma de entrevistas .....	58
<b>Tabela 4</b> - Cronograma de Postagens .....	73

## SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	14
2. OBJETIVOS	19
Objetivo Geral	19
Objetivos Específicos	19
3. JUSTIFICATIVA	20
4. CONTEXTUALIZAÇÃO	23
A situação do Distrito Federal em um contexto socioambiental	23
Instagram: o perfil da rede e sua usabilidade	26
5. QUADRO TEÓRICO	31
Uma questão de Design	31
Valor-notícia e sustentabilidade	34
Redes sociais e adaptabilidade do jornalismo a novas mídias	37
6. METODOLOGIA DE PESQUISA	42
Etapa 1 – Cronograma de produção	42
Etapa 2 - Revisão Bibliográfica	44
Etapa 3 - Elaboração do conceito da revista	45
Etapa 4 - Inspirações e referências	46
Uma Vida Sem Lixo	47
Dqker Nation	50
Etapa 5- Definição da primeira edição da revista	52
Etapa 6- Pré-apuração	53
Etapa 7 - Pré-testes	54
Etapa 8 - Gravação das entrevistas	56
Etapa 9 - Seleção e edição do material	61
Etapa 10- Elaboração da Identidade Visual da revista	62
Etapa 11 - Produção das reportagens e planejamento de postagens	70
Etapa 12 -Cronograma de postagem	73
Etapa 13 - Divulgação e Lançamento	75
7. CONSIDERAÇÕES FINAIS	76
APÊNDICES	86



## 1. INTRODUÇÃO

A história humana é marcada pela sobrevivência e adaptação. Somos os seres mais adaptáveis do planeta, capazes de viver em lugares inóspitos e extremamente hostis. Contudo, não seríamos capazes de ter chegado até onde chegamos sem os recursos naturais que dispomos. Dependemos da natureza e não o contrário, mas acreditamos que é possível explorá-la para atender nossos desejos.

É essa relação de exploração tão antiga para nós como espécie que tanto nos permite sobreviver quanto nos condena à extinção. A cultura de consumir os recursos naturais do planeta sem se preocupar com os limites desses recursos nos levou à beira de um colapso ambiental.

Os desastres naturais são cada vez mais frequentes e alarmantes. Nascentes e rios poluídos, queimadas, desmatamento e o derretimento de geleiras são apenas alguns desses fenômenos que hoje ocupam as manchetes no mundo. Por causa disso, está se tornando cada vez mais comum escutar sobre temas relacionados ao meio ambiente fora do meio acadêmico ou da militância ambientalista.

Apesar de ainda não ser tratado com a importância e profundidade que merece, o meio ambiente e a forma com que interagimos com ele tem ganhado cada vez mais espaços de discussão na sociedade e, conseqüentemente, na mídia. Um estudo realizado por Gabriela Xavier de Abreu e Joana d'Arc Bicalho Félix demonstra que, entre os anos 2000 a 2007, o número de reportagens de diversos jornais brasileiros que abordou temas relacionados ao meio ambiente aumentou significativamente. (ABREU; FÉLIX, 2008, p. 57).

O aumento das catástrofes naturais e as conseqüências da destruição de biomas fez com que a sustentabilidade se estabelecesse, quase que a força, como um tema central no período atual para a sobrevivência da vida no planeta. Pauta de grandes reportagens e presente em

acordos internacionais como a Agenda 2030<sup>1</sup> e o Acordo de Paris<sup>2</sup>, a conservação ambiental e o desenvolvimento sustentável são assuntos que afetam diretamente a qualidade de vida em centros urbanos e no campo e ameaçam a existência de diversas espécies no mundo. (LOOSE; CAMANA; 2015)

Dentro desse contexto, a mídia tem um papel fundamental, mas precisa passar a ser mais proativa. Temas relacionados a sustentabilidade precisam fazer parte do dia a dia das redações para passar a fazer parte também do vocabulário de seus ouvintes, espectadores e leitores e, assim, gerar mudanças no comportamento social. (Ibid.).

Percebe-se que os grandes veículos de comunicação se mobilizam em fazer a cobertura de desastres, em grande parte das vezes, apenas quando rios já estão completamente poluídos e as florestas, queimadas. Um exemplo desse descaso midiático foram as queimadas que aconteceram na floresta amazônica em agosto de 2019. Segundo uma reportagem da BBC Brasil, intitulada “O que as queimadas na Amazônia têm a ver com a economia e por que as eras Dilma e Bolsonaro fogem à regra”, as queimadas na região amazônica quase dobraram no ano de 2019 se comparadas com o mesmo período do ano anterior<sup>3</sup>. No entanto, isso passou a tomar conta dos noticiários apenas quando uma nuvem de fumaça oriunda da floresta chegou na megalópole de São Paulo e escureceu o céu em pleno dia.

Isso vem ao encontro de outro grande desafio do jornalismo contemporâneo: manter-se atual e competitivo frente às novas formas de se comunicar, especialmente as redes sociais. O jornalismo tradicional perdeu grande parte de seus leitores para plataformas como *Twitter*, *Facebook* e *Instagram*, como demonstra o artigo *The online ad attack*<sup>4</sup> da revista *The Economist*, que aponta que 2005 o faturamento publicitário das três maiores empresas de televisão dos Estados Unidos equivaleria a soma do faturamento do *Google* e *Yahoo*. A resposta

---

<sup>1</sup> A Agenda 2030 é um plano de ação cujo objetivo é promover o desenvolvimento sustentável de forma a erradicar a pobreza e garantir a dignidade humana, dentro dos limites do planeta. O plano contém 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) e 169 metas a serem cumpridos até o ano de 2030. O compromisso foi firmado em 2015, em Nova Iorque, por 193 Estados-membros da Organização das Nações Unidas (ONU). Mais informações sobre a Agenda 2030 estão disponíveis em: <<http://www.agenda2030.com.br/sobre/>> Acessado em 24/10/2019.

<sup>2</sup> Adotado também em 2015, Acordo de Paris consiste em um compromisso internacional firmado entre 195 países com objetivo de minimizar as consequências do aquecimento global. O documento completo está disponível em: <<https://nacoesunidas.org/acordodeparis/>> Acessado em 24/10/2019.

<sup>3</sup> Disponível em: <<https://www.bbc.com/portuguese/brasil-49683787>> Acessada em 14/09/2019.

<sup>4</sup> THE online attack. *The Economist*, 27 de abr. de 2005. Disponível em: <<https://www.economist.com/unknown/2005/04/27/the-online-ad-attack>> Acesso em: 16/11/2019.

para recuperar o público dos jornais talvez esteja em tentar não apenas adaptar conteúdo de uma mídia, como um jornal impresso ou online para redes sociais, mas pensar cada mídia em si mesma, analisando suas peculiaridades e utilizando com criatividade as ferramentas que cada uma oferece. É preciso que os jornalistas e os jornais entendam novas formas e formatos de se fazer jornalismo se quiserem ter uma atuação relevante dentro da sociedade atual.

Tentando trazer uma solução para essa questão, esse projeto se propõe justamente como um experimento para o jornalismo contemporâneo, uma tentativa de tornar a linguagem jornalística mais adaptável às novas mídias e recuperar seu público apropriando-se desses novos espaços de forma mais interessante.

Nesse contexto, o primeiro desafio da proposta é a adaptação da linguagem jornalística de revista para uma rede social como o *Instagram*. Como unir a efemeridade de uma rede social à um gênero jornalístico que, na sua essência, apresenta assuntos de uma maneira mais aprofundada e durável como uma revista? A resposta talvez esteja em apostar na união do tradicional com o moderno.

O *Instagram* fornece uma série de mecanismos que permitem uma linguagem multimídia extremamente interessante. É possível postar entre uma e 10 fotos de uma única vez, disponibilizar vídeos de até um minuto e adicionar descrições nas legendas das fotos que podem servir como um bom espaço textual para desenvolver reportagens mais completas. Nos *stories* é possível postar vídeos curtos, informações que combinam texto com foto e até mesmo realizar coberturas ao vivo que ficam disponíveis por até 24 horas. Além disso, pode-se realizar enquetes e ter uma interação mais direta com o público por meio dos comentários e mensagens privadas.

A adaptação da linguagem jornalística para esse contexto inclui pensar em formatos multimidiáticos que incluem vídeos feitos para ferramentas de publicação, como os *stories*, IGTV e no próprio *feed* da rede<sup>5</sup>. Além disso, foram pensadas matérias escritas e fotografias publicadas na plataforma.

A rede social é um terreno fértil para novas possibilidades dentro do jornalismo em redes. Pensando nisto, propomos a @distrito.cerrado<sup>6</sup>, uma revista de *Instagram* pensada na

---

<sup>5</sup> As definições do que são as ferramentas *stories*, IGTV e *feed* serão abordadas mais à frente no capítulo Contextualização.

<sup>6</sup> Disponível em: <https://www.instagram.com/distrito.cerrado/>> Acesso em: 25/11/2019



linguagem da plataforma. A @distrito.cerrado busca fazer jornalismo de revista dentro de uma rede social para falar de um assunto que precisa ser mais discutido e abordado de uma forma mais séria: a sustentabilidade.

Porém, é preciso ter em mente que essa adaptação de conteúdo gera outro desafio para o projeto: o jornalismo tende a entrar em novas plataformas e copiar o *modus operandi* de quem já se encontra no meio. O *Instagram* trabalha essencialmente com imagens e comunicação visual. Os textos têm seu lugar, mas o destaque maior pertence a imagem. Por esse motivo, quem primeiro alcançou o *Instagram*, de um ponto de vista profissional, foram as revistas de moda, os fotógrafos e os designers. Para não imitar outras plataformas e formatos já existentes que fogem do jornalismo, é preciso ser fiel a linguagem jornalística e elaborar muito bem a revista para que o trabalho se mantenha dentro do espectro da produção de notícias e divulgação de informações de qualidade, bem redigidas e apuradas.

Dentro desse contexto, a revista possui também a intenção de conseguir chamar a atenção do público para a temática da sustentabilidade e preservação ambiental, muitas vezes negligenciada. A preservação ambiental é uma luta coletiva e deve ser tratada como tal. O jornalismo tem a responsabilidade ética de trazer esse assunto de forma a contribuir com a discussão e informar com intuito de invocar ação e cuidado na população. A informação bem apurada é uma ferramenta poderosa na cobrança de direitos e no combate de injustiças e, no caso do meio ambiente, tem sido forte aliada na luta pelo bem-estar de nossos ecossistemas.

Para tal, trazer pautas de forma mais localizada e focada em comunidades específicas foi uma das soluções encontradas. Utilizando o valor-notícia da proximidade, temas que falam diretamente com a comunidade do público-leitor, que no caso deste projeto se trata da população do Distrito Federal, tendem a trazer mais engajamento, uma vez que as informações divulgadas tratam diretamente do dia a dia de quem lê a revista. Do ponto de vista da sustentabilidade essa abordagem também é interessante, pois soluções locais e adaptáveis a realidade de cada comunidade tende a ser o ideal para aproveitar recursos que o local dispõe de maneira mais inteligente.

Em sua primeira edição, a revista abordará questões ligadas ao rio Ribeirão e ONG SOS Ribeirão, que luta para salvá-lo da poluição há cerca de 10 anos. O rio recebe esgoto de forma irregular e pode vir a secar nos próximos anos, caso a situação não seja revertida. A poluição afeta os ecossistemas que estão à margem do rio e também a população que visita o local.

Assim, o propósito é trazer uma nova perspectiva não só para como abordar a temática da preservação ambiental, mas também para o jornalismo em si ao propor a criação de uma revista sobre sustentabilidade dentro do contexto do Distrito Federal feita totalmente dentro da plataforma do *Instagram*.

Este projeto será continuado após sua primeira edição abordando em edições posteriores da revista temas como coleta seletiva no Distrito Federal, o novo aterro sanitário e o impacto disso para o meio ambiente na região, ações sustentáveis presentes nas cidades, as ecovilas do DF, entre outros.

## 2. OBJETIVOS

### Objetivo Geral

Reunir e analisar possibilidades de ampliação do alcance de temas de valor ético na sociedade, como a sustentabilidade e a conservação ambiental, pela criação de um perfil de conteúdos jornalísticos para a rede social *Instagram*.

### Objetivos Específicos

- Elaborar uma revista dentro da plataforma *Instagram* voltada para o tema de sustentabilidade dentro da realidade do Distrito Federal;
- Colocar a vida sustentável como algo possível no meio urbano e propor soluções para problemas ambientais e estruturais da vida nas cidades;
- Divulgar informações para gerar engajamento e mudança de hábitos no público da revista;
- Denunciar o descaso em relação a situação dos ecossistemas no Distrito Federal;
- Propor novas formas de fazer jornalismo no contexto das mídias sociais e as novas tecnologias.

### 3. JUSTIFICATIVA

Ao longo de minha trajetória acadêmica na Universidade de Brasília, tornei-me cada vez mais envolvida com temáticas ligadas ao meio ambiente, principalmente após pesquisar e conhecer, ao longo de dois projetos de iniciação científica (PIBIC)<sup>7</sup>, a questão da Amazônia e a questão indígena no Pará.

Após encerrarem dois projetos de iniciação científica trabalhando questões relacionadas a poética do olhar e os indígenas Munduruku<sup>8</sup>, fui à Amazônia uma terceira vez como estudante para atuar como voluntária no Projeto Rondon na missão Vale do Acre, que ocorreu entre 05 a 21 de julho de 2019.

Ir para a Amazônia me fez repensar toda forma com que lido com o mundo material a minha volta por entender que todo consumo gera um impacto, gasta recursos e afeta a vida no planeta. Por isso, pensar o consumo de forma mais ética e agir politicamente em favor de um sistema de produção mais sustentável tornou-se parte fundamental do meu dia a dia.

Como parte do processo de me tornar mais consciente do impacto que tenho no mundo, tive de ler mais sobre o assunto e muitas vezes recorri a jornais e blogs sobre sustentabilidade. Porém, deparei-me com uma mídia despreparada para uma cobertura que forneça ao leitor informações que podem ser utilizadas diariamente na mudança de hábitos para um futuro mais sustentável. Os jornais e revistas, em sua maioria, apenas abordam os assuntos de forma distante e superficial, colocando a sustentabilidade única e exclusivamente na responsabilidade do Estado e de instituições e somente em situações de calamidade.

Outra questão que sempre esteve presente no decorrer do curso de graduação foi a crise do jornalismo frente às novas mídias, especialmente as redes sociais. Apesar de se tratar de um fenômeno relativamente recente, foi perceptível como os jornais perderam público e parecem ter problemas para se reinventar e reconquistar o mercado. Cabe a nós, futuros comunicólogos pensarmos em soluções e saídas criativas.

---

<sup>7</sup> O Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica (PIBIC) é um programa do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq) cujo objetivo é incentivar a iniciação científica em Instituições de Ensino Superior através da concessão de bolsas de pesquisa. Durante meus dois PIBICs fui orientada pela professora do Departamento de Comunicação da Universidade de Brasília, professora doutora Célia Matsunaga.

<sup>8</sup> Os Munduruku são um povo indígena conhecido por sua característica guerreira. Eles situados em diferentes regiões dos estados do Pará e Mato Grosso. No Pará, se localizam mais especificamente às margens do rio Tapajós, dividido e Baixo e Alto Tapajós.

Nos quatro estágios que realizei durante a graduação, tive várias vezes que atuar gerenciando mídias sociais. A conclusão que cheguei foi que os diversos meios de comunicação, sejam eles jornais ou mesmo assessorias de imprensa, apenas adaptam conteúdos de outros meios (portais, jornais online e impressos, programas de rádios, entre outros) para suas mídias sociais. Esse tipo de estratégia, geralmente, leva a um baixo engajamento do público-leitor, pois desconsidera características fundamentais das redes sociais como a interação e a formação de redes de relacionamento, linguagem coloquial e efemeridade. Um exemplo disso é a página do *Facebook* do Repórter Brasil<sup>9</sup>, jornal da TV Brasil no qual fiz meu primeiro estágio. Até outubro de 2019, a página possuía 99.686 curtidas. Contudo, a estratégia utilizada de publicar diversas notícias no mesmo dia que somente são partes do jornal já exibido na TV gera um engajamento muito baixo, com uma média de 10 curtidas e 2 compartilhamentos por publicação.<sup>10</sup>

A pauta ambiental ainda é tratada em redações jornalísticas como algo ocasional e não como uma editoria específica, estando, muitas vezes, à mercê de acontecimentos políticos e catástrofes naturais. Quando se fala de sustentabilidade apenas nesses casos, cuidar do meio ambiente se torna algo eventual, que deve acontecer apenas em contextos de extrema calamidade, quando deveria ser uma prática diária. (LOOSE; CAMANA; 2015)

Dessas inquietações, surgiu a ideia de criar uma revista para a rede social *Instagram* que trate a sustentabilidade como um tema mais próximo da realidade do Distrito Federal com objetivo de aumentar a consciência ambiental do público-leitor.

No contexto do Distrito Federal e de Brasília, promover a consciência ambiental é extremamente importante, visto que a cidade tem uma das maiores taxas de geração de lixo por habitante do país e pouco desse lixo é reciclado ou tem um destino adequado. A proteção do Cerrado como bioma, das reservas naturais e a diminuição da geração de lixo bem como sua destinação correta devem ser prioridade na capital do país e servir de modelo para o Brasil e para América Latina.

Nesse sentido, é importante promover no âmbito nacional, mas, principalmente, local, essa discussão para que as mudanças sejam algo demandado pela sociedade. A informação é essencial nesse processo para fomentar mudanças em comportamentos sociais e exigir medidas

---

<sup>9</sup> Disponível em: <<https://www.facebook.com/reporterbrasilnarede/>> Acesso em: 12/10/2019

<sup>10</sup> A análise completa pode ser encontrada no Apêndice A

por parte dos governos. Assim, a revista @distrito.cerrado parte de uma série de questionamentos pessoais que são também pertinentes dentro de um contexto social, pois a pauta ambiental só se concretiza como uma luta e uma reivindicação coletiva.

## 4. CONTEXTUALIZAÇÃO

### A situação do Distrito Federal em um contexto socioambiental

Cinco mil, oitocentos e dois quilômetros quadrados. Essa é a área que corresponde, hoje, ao Distrito Federal (DF). O DF surgiu em 1960 para abrigar a nova capital do país, Brasília. A construção da cidade, no entanto, começou a ser proposta ainda na época do Brasil colônia, quando se pensava em levar a capital para o centro do país, por questões de segurança.

Durante o Império brasileiro, em 1823, José Bonifácio de Andrada reforçou essa ideia e sugeriu pela primeira vez o nome Brasília. Anos mais tarde, o sacerdote católico Dom Bosco sonharia com um local no centro do país, entre os paralelos 15 e 20 do hemisfério sul mais especificamente, como um lugar de muita riqueza e prosperidade. Atribuíram essa localidade como o futuro local da nova capital.

Assim, Juscelino Kubitschek transformou o sonho em realidade e construiu Brasília no que, hoje, é chamado de Planalto Central. A cidade foi planejada desde sua concepção pelo arquiteto e urbanista Lúcio Costa, vencedor do concurso lançado pela Companhia Urbanizadora da Nova Capital (Novacap) para selecionar o plano urbanístico da cidade. (GOVERNO DO DISTRITO FEDERAL, [s.d])<sup>11</sup>

A vegetação típica que abriga Brasília e o Distrito Federal é o cerrado, bioma brasileiro caracterizado por suas árvores curvas, pequenas e cascas grossas. Segundo o Ministério do Meio Ambiente<sup>12</sup>, este é o segundo maior bioma da América do Sul, ocupando 22% do território nacional.

O Cerrado é a casa de cerca de 11.627 espécies de plantas nativas e 2.566 animais, entre aves, mamíferos, anfíbios e répteis. Além disso, é fonte de vida e renda para diversas comunidades quilombolas, ribeirinhos, indígenas entre outras. Várias de suas plantas têm uso

---

<sup>11</sup> HISTÓRIA. Brasília a cidade-sonho, [s.d]. **Governo do Distrito Federal**. Página Sobre Brasília. Disponível em: <<http://www.df.gov.br/historia/>> Acesso em: 02/11/2019

<sup>12</sup> O BIOMA Cerrado, **Ministério do Meio Ambiente** [s.d] Página Cerrado. Disponível em: <<https://www.mma.gov.br/biomas/cerrado>> Acesso em 09/10/2019

medicinal e na recuperação de solos degradados e o bioma ainda conta com diversas árvores frutíferas nativas, como o pequi, cajuzinho do cerrado, mangaba, entre outras.

Considerado a savana mais rica do mundo em biodiversidade, a região abriga as três nascentes das três maiores bacias hidrográficas da América do Sul: a bacia amazônica, a de São Francisco e a bacia do Prata.

Porém, apesar de todo seu potencial biológico, ele também é o segundo bioma brasileiro mais devastado pela ação humana, atrás apenas da Mata Atlântica. Cerca de 137 animais se encontram em extinção e aproximadamente 20% das espécies nativas e endêmicas já não são encontradas nem mesmo nas áreas protegidas, áreas essas que são poucas em número e território. O Cerrado é o bioma com a menor porcentagem de áreas sobre proteção integral no país.

Diante dessa realidade, o Distrito Federal já começa a enfrentar diversos efeitos do colapso ambiental de uma ocupação humana voraz que cresceu muito desde sua criação. Um exemplo disso é a escassez de água que a DF passa nos últimos anos.

A capital funciona em um regime semelhante a alguns desertos: tem estações bem definidas entre seca e chuva, umidade baixa na maior parte do ano e variações bruscas de temperatura entre a noite e o dia. O que contribui para a manutenção de uma umidade relativa do ar que permite a sua população viver no espaço, em parte, é o Lago Paranoá, lago artificial que perpassa boa parte da cidade. (SANTOS, 2008, p. 40)

Nos últimos anos, os brasilienses presenciaram períodos de seca mais intensos e chuvas intensas no final do ano. Segundo a reportagem do jornal G1 “Dois anos após o início do racionamento no DF Descoberto opera com 100% nesta quarta”<sup>13</sup>, em 16 de janeiro de 2017, o governo do Distrito Federal decretou o início do racionamento de água na região devido a sua pior crise hídrica já enfrentada. Os reservatórios de Santa Maria e do Descoberto, responsáveis por atender cerca de 90% da população da região, chegaram a operar com menos de 20% de seu volume total.

---

<sup>13</sup> MARQUES, Marília. Dois anos após o início do racionamento no DF Descoberto opera com 100% nesta quarta. **G1 DF**, Brasília, 6 de jan. de 2019. Disponível em:<<https://g1.globo.com/df/distrito-federal/noticia/2019/01/16/dois-anos-apos-inicio-do-rationamento-no-df-descoberto-opera-com-100-nesta-quarta.ghtml>> Acesso em: 09/11/2019



Em 2019, o racionamento já não é mais uma realidade para a população, mas a degradação de nascentes, cursos d'água e devastação ambiental permanecem, mesmo que fora dos holofotes da mídia.

É o caso das regiões de Sobradinho I e II, que correm riscos de sofrerem com falta de água nos próximos anos e possuem cursos d'água poluídos. O Ribeirão Sobradinho, que faz parte dos 22 ribeirões que compõem o Mapa Hidrográfico do Distrito Federal<sup>14</sup>, sofre com a poluição de seu corpo hídrico e já não pode mais ser utilizado para recreação e nem mesmo lazer devido aos níveis de poluição.

O Ribeirão Sobradinho localiza-se a 22 km de Brasília e possui uma extensão de 28 km com drenagem de 153 km. Uma das principais fontes de poluição é o esgoto tratado depositado no ribeirão pela Companhia de Saneamento do Distrito Federal (CAESB). Apesar de passar pela estação de tratamento da região (ETE Sobradinho), a companhia não possui tecnologia suficiente para tratar o esgoto da população atual da região de forma que permita o uso humano.

De acordo com um estudo realizado em 2011 por estudantes da Universidade de Brasília dos Programas de Pós-Graduação em Saúde Coletiva e de Ciências da Saúde, a contaminação das águas do ribeirão é caracterizada por sólidos em suspensão dissolvidos, proveniente do escoamento urbano e rural, e pelo material orgânico proveniente de atividades rurais, industriais e urbanas. (ZORZI, *et al.* 2011)

Contudo, apesar dos avisos de vários moradores, muitas pessoas ainda se banham nas águas poluídas do Ribeirão. Com o intuito de revitalizar o curso d'água e permitir que ele volte a ser utilizado para recreação, a ONG SOS Ribeirão atua há cerca de 10 anos junto a moradores, estudantes e representantes do governo. Muitos dos integrantes são moradores antigos de Sobradinho que ainda se lembram da época em que era possível tomar banho no Ribeirão.

O curso d'água foi classificado, em 2014, pelo Conselho de Recursos Hídricos do Distrito Federal (CRH-DF) como Classe 3. Essa classificação é um dos instrumentos da Política Nacional de Recursos Hídricos para assegurar a qualidade das águas de acordo com os usos dessas águas. Conforme com a definição do Mapa Hidrográfico do Distrito Federal 2016, o enquadramento classe 3 é definido como:

---

<sup>14</sup> Ver Anexo I para acessar o Mapa completo.

[...] águas que podem ser destinadas ao consumo humano (após tratamento convencional ou avançado), à irrigação de culturas arbóreas, cerealíferas e forrageiras, à pesca amadora, à recreação de contato secundário, e a dessedentação de animais. (FEDERAL. Secretaria de Estado do Meio Ambiente do Distrito (Sema-DF), Mapa Hidrográfico do Distrito Federal, 2016, pág. 2)

Apesar da descrição permitir pesca amadora e dessedentação de animais, o Ribeirão não possui mais peixes e apresenta cheiro desagradável, espuma em alguns pontos e águas turva.

O Ribeirão Sobradinho, infelizmente, integra uma realidade brasileira de poluição de águas. De acordo com a reportagem do jornal Estadão “Brasil tem mais de 83 mil km de rios poluídos”<sup>15</sup>, baseada em um estudo da Agência Nacional de Águas - ANA, aponta que as principais fontes de poluição dos rios estão justamente próximas às ocupações urbanas graças ao tratamento inadequado de esgoto e falta de saneamento básico.

### **Instagram: o perfil da rede e sua usabilidade**

O *Instagram* é um aplicativo de compartilhamento de fotos para *smartphones* criado em 2010 pelo americano Kevin Systrom e o brasileiro Mike Krieger. No início, o aplicativo havia sido projetado apenas para o sistema IOS, pertencente a empresa *Apple*, e disponível apenas para dispositivos da franquia, como o *Iphone* e *Ipad*. Em seu primeiro dia de lançamento, o *Instagram* se tornou o aplicativo mais baixado na *Apple Store* e, posteriormente, passou a estar disponível no sistema *Android* e *Windows Phone*. (ENTENDA, 2012)<sup>16</sup>

A princípio, a ideia do aplicativo se inspirou na antiga câmera *Polaroid*, uma máquina fotográfica capaz de revelar fotografias no momento em que eram tiradas. Não é à toa que o aplicativo nos remete há instantaneidade e rapidez. A ideia era unir amantes da fotografia em uma rede social com foco no universo imagético. (PIZA, 2012)

---

<sup>15</sup> Disponível em: <<https://sustentabilidade.estadao.com.br/noticias/geral,brasil-tem-mais-de-83-mil-km-de-rios-poluidos-aponta-agencia-nacional,70003042816>> Acesso em 17/11/2019

<sup>16</sup> ENTENDA a curta história do Instagram, comprado pelo Facebook. G1, 2012. Disponível em: <<http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2012/04/entenda-curta-historia-do-instagram-comprado-pelo-facebook.html>> Acesso em 21/11/2019

Logo o aplicativo expandiu seus horizontes e passou a ter usuários que não necessariamente desejavam compartilhar fotografias pelo amor a técnica, mas sim para mostrar seu dia a dia através de imagens. Fotógrafos, designers, artistas visuais e revistas de moda também enxergaram um enorme potencial na rede social e migraram para o meio digital em busca de ampliar seu público. (Ibid.)

Outro fator interessante foi o surgimento dos *digital influencers*, que hoje estão presentes não só no Instagram, mas também em redes como o *Youtube*, *Twitter* e *Facebook*.

O influenciador digital é uma pessoa que está diariamente conectada à internet e produz conteúdos relevantes para seu público. Ele conversa com seus seguidores e zela por essa relação. A métrica para avaliá-los e classificá-los como influenciadores digitais é o número de compartilhamentos, comentários, curtidas e marcações que eles recebem. (MAURÍCIO, GEROLIS, MEDEIROS, 2017, pág. 2)

Ainda de acordo com os autores supracitados, essas pessoas publicitam suas vidas e ganham seguidores através do compartilhamento de seu dia a dia na rede social. Com isso, tornam-se uma poderosa ferramenta de publicidade de *marketing* para marcas e empresas que desejam se promover nas redes sociais e conquistar um público que migrou de meios mais tradicionais, como os jornais e revistas, para as redes sociais.

A estrutura e as ferramentas oferecidas pelo *Instagram* sofreram diversas alterações desde sua criação. A logo do aplicativo passou por uma renovação e assumiu um aspecto mais jovem e se distanciou um pouco da polaroid. As ferramentas disponibilizadas pelo aplicativo também mudaram bastante. (PIZA, 2012, p. 7)

A mudança começa no próprio feed de fotos do usuário. Antes, só era possível postar uma única foto com legenda por vez. Agora, o usuário pode postar até dez fotos de uma única vez escolhendo a função carrossel, publicar vídeos de até um minuto, escolher a função layout e utilizar um aplicativo extra do Instagram para fazer uma montagem de fotos ou mesmo postar um *boomerang*, uma sequência de fotos montadas de forma semelhante a um *stopmotion*, também disponível em um aplicativo externo da empresa.

Além dessas funcionalidades, é possível compartilhar vídeos longos no IGTV, aplicativo de vídeo independente do Instagram. O IGTV é sincronizado com a conta do usuário no Instagram e suas funcionalidades básicas estão disponíveis na própria rede social.

Após a chegada do *Snapchat*<sup>17</sup>, pensou-se que o *Instagram* poderia ter uma queda brusca de popularidade. (PIZA, 2012). Contudo, a empresa conseguiu se reinventar e criar os *Stories*, espaço na conta pessoal ou comercial do Instagram do usuário que permite postar fotos, vídeos compartilhar imagens e selfies com filtros que alteram a aparência que somem após 24 horas. Ainda é possível fazer uma lista seleta de “melhores amigos” para o *stories* e restringir suas visualizações a apenas pessoas mais próximas. O usuário também pode comentar e curtir fotos e enviar mensagens privadas a outras pessoas. O Instagram também conta com uma ferramenta de busca para que seja mais fácil achar outros perfis ou temas de interesse. Além disso, graças a chegada de várias empresas no mundo das redes sociais, hoje é possível criar uma conta no aplicativo como pessoal ou comercial e criar anúncios de produtos e serviços e exibi-los nos *stories*.

Desde abril de 2012, o Instagram pertence ao Facebook, que comprou o serviço por cerca de 1 bilhão de dólares em dinheiro e ações. Hoje, o aplicativo possui uma rede de usuários de cerca de 500 milhões de pessoas. O perfil da personalidade de televisão e empreendedora Kylie Jenner é um dos mais famosos no *Instagram*. Com 150 milhões de seguidores, ela chega a cobrar um milhão de dólares para fazer anúncios de marcas na rede social. (BARROS, 2012)<sup>18</sup>

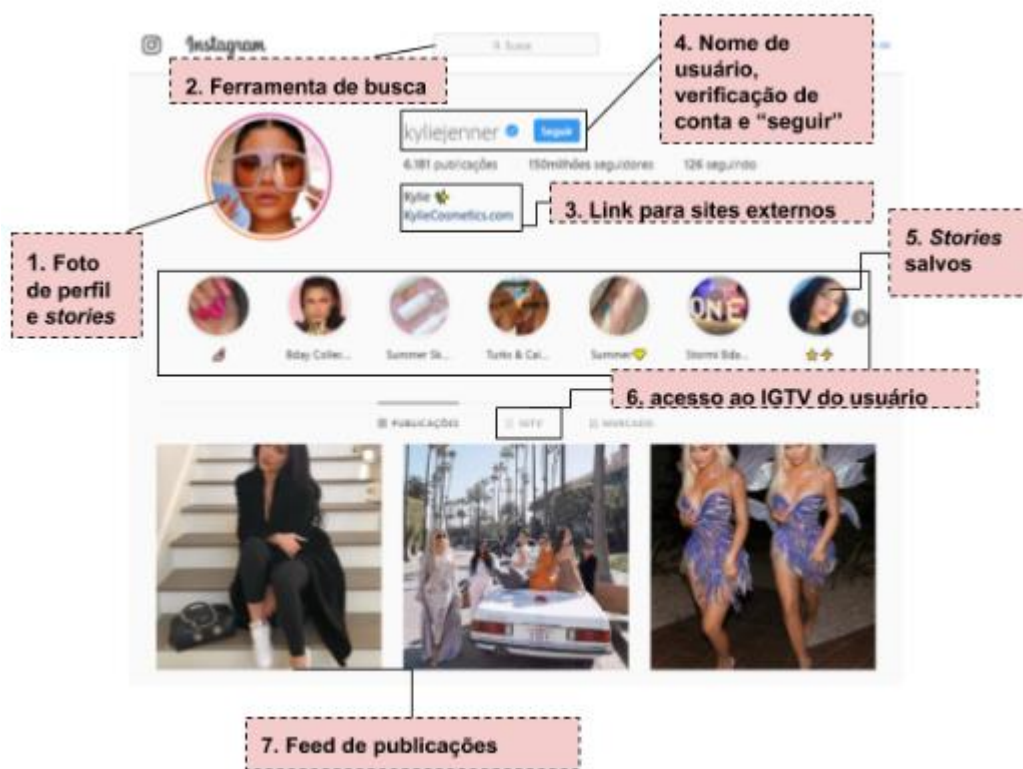
Meia-irmã das *realities* Kim Kardashian, Kourtney Kardashian, Khlóe Kardashian e Rob Kardashian, destacou-se ao aparecer no reality show *Keeping Up with the Kardashians*. Até final de 2019, Kylie possuía sua própria marca de cosméticos, *KylieCosmetics*, uma linha de roupas e um livro de ficção, lançados em parceria com sua irmã Kendall Jenner e seu próprio aplicativo, o Kylie Jenner Oficial. (ibid.)

---

<sup>17</sup> O *snapchat* é um aplicativo de mensagens que se comunica basicamente através de imagens. Criado por Evan Spiegel, Bobby Murphy e Reggie Brown em 2011, o *snapchat* permite o usuário tirar fotos, gravar vídeos, salvar fotos tiradas, adicionar desenhos e textos às imagens e aplicar filtros. Cada foto ou vídeo é exibido apenas entre 1 e 10 segundos e, após, aberto, só pode ser visto pelo tempo determinado pelo remetente. Após esse tempo, as imagens são excluídas.

<sup>18</sup> BARROS, Luiza, 2018. Entenda a curta história do Instagram, comprado pelo facebook. **O Globo**, Rio de Janeiro, 08 de setembro de 2018. Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/cultura/revista-da-tv/entenda-como-kylie-jenner-se-tornou-mais-rica-das-irmas-kardashian-23050325>> Acesso em 21/11/2019

**Figura 1** - Perfil no Instagram de Kylie Jenner com indicações de elementos em uma conta padrão no *Instagram*.



Fonte: Montagem da autora

- 1. Foto de perfil e stories:** nesta parte, é possível visualizar a foto de perfil do usuário. Essa foto é pública e pode ser visualizada por todos os usuários, independente do perfil ser público ou não. Aqui também é onde as pessoas podem ver os *stories* postados pelo dono da conta nas últimas 24 horas.
- 2. Ferramenta de busca:** através do mecanismo de busca é possível achar outros usuários ou temas de interesse.
- 3. Links para sites externos:** nessa parte do perfil o usuário pode colocar uma breve descrição e links para sites externos.
- 4. Nome de usuário, verificação de conta e "seguir":** aqui é possível observar o nome de usuário da conta e segui-la, caso deseje. A verificação de conta é um recurso que

garante que a conta de personalidades públicas e pessoas famosas é real. A verificação é representada por um símbolo azul.

5. **Stories salvos:** aqui se encontram os *stories* que o usuário decide salvar e exibir em seu perfil por tempo indeterminado, extrapolando as 24 horas iniciais. É possível agrupar os *stories* por categorias ou assuntos.
6. **Acesso ao IGTV do usuário:** ao clicar no IGTV de um perfil é possível acessar vídeos que o usuário postou que excedem o um minuto permitido no *feed* de publicações.
7. **Feed de publicações:** esta é a principal ferramenta do Instagram. É aqui que as pessoas postam fotos e vídeos com legendas diversas. É possível postar até dez fotos em uma única postagem utilizando a ferramenta *carrossel*, uma colagem de fotos ou um *boomerang*, uma sequência de fotos que funciona como um *stopmotion*.

## 5. QUADRO TEÓRICO

### Uma questão de Design

Todo resíduo, todo lixo e toda questão ambiental enfrentada hoje é uma questão de design. O design é a idealização, concepção e elaboração de produtos no que se refere a sua forma física e funcionalidade. Geralmente, o design está ligado aos processos industriais e a produção em série em grandes empresas. Tudo que é produzido atualmente gera um impacto no mundo e esse impacto pode ser maior ou menor dependendo da concepção de seu processo produtivo. Ou seja, é possível mitigar o impacto gerado na produção de algo pensando nesse impacto no processo de design do produto. (MCDONOUGH; BRAUNGART, 2002)

Diversos objetos encontrados no mercado atual contêm materiais potencialmente tóxicos e de difícil reciclagem e reaproveitamento, como, por exemplo, o plástico, o silicone e o isopor. A criação desses materiais é relativamente recente, mas seu impacto no mundo irá afetar gerações futuras por um tempo considerável. Presente intensamente no dia a dia da população na forma de diversos utensílios, o plástico é um desses materiais. É um material de baixo custo para indústria, relativamente resistente e altamente moldável.

Contudo, apesar de ser uma invenção que revolucionou a indústria do século XX, o plástico não é um recurso natural e deriva de uma série de processos químicos a partir de outro recurso finito: o petróleo. A decomposição do plástico é lenta, são cerca de 400 anos para o material se decompor na natureza.

Com outros materiais e processos industriais muito utilizados hoje em dia o impacto é semelhante. O problema não está no objeto ou no material em si, mas em sua concepção. É nesse momento que entra o design, trazendo materiais e modos de produção alternativos que sejam mais ecoeficientes.<sup>19</sup>

Um ponto fundamental para entender a catástrofe ambiental que vivenciamos é justamente compreender quais são as raízes do problema de nosso sistema de produção atual, originado na 1ª Revolução Industrial em meados do século XVIII com a fabricação de tecidos, mais especificamente. Ao passarmos do artesanato e da manufatura para a produção em massa,

---

<sup>19</sup> Ecoeficiência pode ser definido como o processo de produzir mais, com qualidade, porém com menos recursos naturais e com o mínimo de geração de resíduos possível. (MUNK, et al. 2011)

o que parecia ser um progresso incrível à época trouxe graves consequências para o meio ambiente a longo prazo. (MCDONOUGH; BRAUNGART, 2002)

O modelo de produção que herdamos vem dessa época. Classificado por William McDonough e Michael Braungart (2002) como *cradle to grave* que, em tradução literal, seria “do berço ao túmulo”. Esse modelo se caracteriza por uma produção em massa que não leva em consideração o que será feito com esse produto após o fim de sua vida útil, criando um ciclo de produção pouco sustentável e baseado no descarte.

Hoje, nosso entendimento sobre a natureza mudou drasticamente. Novos estudos indicam que os oceanos, o ar, as montanhas, as plantas e os animais que habitam esses locais estão mais vulneráveis do que os primeiros inovadores jamais tinham imaginado. Porém, as indústrias modernas ainda operam do mesmo modo de quando os humanos tinham um senso muito diferente do mundo. Nem a saúde dos sistemas naturais nem a consciência de sua delicadeza, complexidade e interconexão tem sido parte da agenda industrial. (MCDONOUGH e BRAUNGART, 2002, p.26, versão nossa)<sup>20</sup>

Os autores ressaltam ainda que esse modo de fabricação domina a indústria moderna e que cerca de 90% dos recursos extraídos para fazer bens duráveis nos Estados Unidos é descartado quase que imediatamente após a sua extração. Quando jogamos algo fora, é preciso pensar que o “fora” não existe na prática, os materiais descartados, caso não sejam biodegradáveis, ficarão armazenados em algum canto do planeta por tempo ainda indeterminado. (Ibid.)

Esse modelo, apesar de ter resolvido temporariamente o problema da insuficiência produtiva da indústria alimentícia no século passado, é insustentável se pensarmos sua utilização inescrupulosa de recursos finitos que a Terra dispõe. Por isso, é mais do que necessário pensar em alternativas para esse sistema.

Uma possibilidade é investir em um modelo de produção *cradle to cradle*, em tradução literal “do berço ao berço”. Neste modelo, os descuidos são encarados como um erro de design, um problema que pode ser resolvido na concepção do objeto. Na proposta, o descarte não seria

---

<sup>20</sup> Original: "Today our understanding of nature has dramatically changed. New studies indicate that the ocean, the air, the mountains, and the plants and the animals that inhabit them are more vulnerable than early innovators ever imagined. But modern industries still operate when humans had a very different sense of the world. Neither the health of natural systems nor an awareness of their delicacy, complexity, and interconnectedness, have been part of the industrial agenda" (MCDONOUGH e BRAUNGART, 2002, p.26)



necessário, uma vez que o produto seguiria a lógica da cadeia fechada, ou seja, completaria o ciclo sendo convertido em um objeto de igual ou semelhante valor ao que tinha no início do processo. Aqui, o lixo é visto como matéria-prima e alimento para gerar novos produtos e recursos.

Um exemplo de cadeia fechada é o processo da compostagem. Na compostagem restos de alimentos são colocados em um ambiente propício para sua decomposição de forma relativamente rápida. Após o fim do processo, são gerados adubo e fertilizante, que podem ser utilizados para plantar novos alimentos.

Outra forma encontrada para resolver o problema do lixo na sociedade moderna é reduzir sua produção. A proposta é adotada pelo movimento lixo zero ou, como é mais conhecido, *zero waste*, um movimento em que os adeptos da filosofia de vida tentam reduzir ao máximo a produção de resíduos em seu dia a dia. (MUNIZ, 2018)

No livro “Uma vida sem lixo”, a designer Cristal Muniz traz diversas soluções para produzir diversos artigos de uso pessoal desde limpeza da casa até mesmo produtos de higiene pessoal para evitar consumo de produtos que geram descartes, principalmente plástico. Essa é a ideia central do movimento: não é necessário lidar com o lixo se não o produzirmos.

De acordo com Muniz (2018), produzir o que chamamos de lixo é um desperdício de dinheiro, recursos e uma fonte de poluição quase que inesgotável dependendo do resíduo. A reciclagem é algo que deve ser praticada, mas mesmo o lixo reciclado deve ser evitado, pois a reciclagem é um processo de *downcycling*.

O *downcycling* consiste na reciclagem de resíduos que gera um material de menor qualidade e funcionalidade que o produto original. Consequentemente, a vida útil do objeto é reduzida e ele tem mais chances de ser descartado em um tempo curto. Outro fator para considerar o *downcycling* como uma prática a ser evitada é o gasto de energia e recursos para reciclar resíduos, que logo serão enviados para aterros ou lixões novamente. (Ibid.)

É importante considerar também o contexto de cada lugar na hora de se escolher uma forma de gerar menos resíduos. No Brasil, apenas cerca de 3% do lixo é de fato reciclado e apenas 22% dos municípios contam com coleta seletiva de acordo com a associação sem fins lucrativos

Compromisso Empresarial para Reciclagem (Cempre)<sup>21</sup>, que promove a reciclagem dentro do conceito de gerenciamento integrado do lixo.

Desse modo, é fundamental que se faça uma reflexão sobre como estamos utilizando os recursos naturais que temos e sobre resíduos que geramos, principalmente nas condições ambientais em que vivemos, onde a poluição tem tomado proporções cada dia maiores.

Por isso, faz-se necessário repensar não só o modo como estamos descartando nosso lixo, mas também refletir sobre nossos modos de produção e a necessidade do lixo gerado. Tornar-se mais consciente dos processos de produção e consumo não é mais apenas uma questão puramente ideológica, mas sim uma questão de sobrevivência.

Nesse sentido, a revista @distrito.cerrado propõe não só uma inovação tecnológica, mas também um design mais sustentável. A ideia é diminuir os resíduos gerados com a impressão de um produto gráfico físico e gastar combustível para distribuição. A proposta é que a @distrito.cerrado possa ser acessada por meio de um dispositivo móvel já presente no dia a dia da população.

### **Valor-notícia e sustentabilidade**

De acordo com Mauro Wolf (2003), o valor-notícia é um conceito estudado dentro do aspecto do *newsmaking*, teoria da comunicação de massas que defende que as notícias são determinadas a partir de uma rotina de produção industrial. A partir dessa vertente, surgem, então, questionamentos sobre como determinar o que é ou não noticiável.

Para determinar a noticiabilidade de um fato, um dos componentes de análise é o valor-notícia. Wolf (2003) afirma que ele representa “a resposta à seguinte pergunta: quais acontecimentos são considerados suficientemente interessantes, significativos, relevantes, para serem transformados em notícias?”. O autor ainda evidencia quatro variáveis capazes de determinar o valor-notícia:

1. Grau e nível hierárquico dos indivíduos envolvidos no acontecimento noticiável;
2. Impacto sobre a nação e sobre o interesse nacional;

---

<sup>21</sup> Disponível em <<http://cempre.org.br/ciclossoft/id/9>> Acesso em 06/11/2019

3. Quantidade de pessoas que o acontecimento (de fato ou potencialmente) envolve;
4. Relevância e significatividade do acontecimento em relação aos desenvolvimentos futuros de uma determinada situação.

Contudo, além desses critérios é preciso considerar que o valor-notícia também é regulado por uma demanda comercial, ou seja, ele funciona como um fator para selecionar e tornar notícias mais vendáveis e interessantes para um público amplo. Apesar do valor-notícia não se reduzir a servir somente a uma perspectiva mercadológica, é preciso estudar mais a fundo a relação e o impacto que o mercado tem na produção jornalística e no fazer das notícias. (OLIVEIRA, 2008, p. 85).

Levando em consideração esse fator mercadológico, cabe perguntar qual espaço pode ser aproveitado para veiculação de notícias que agreguem assuntos de interesse público. Como afirma Daniel Gonçalves de Oliveira (2008), as empresas de comunicação, apesar de atuarem como empresas privadas, em muitos casos são também concessões públicas e legalmente obrigadas a dar visibilidade a esse tipo de tema.

Nesse contexto, surge o conceito de contra agendamento criado por Martins (2006), seria uma espécie de *advocacy* através de ações estratégicas de publicação de conteúdos na mídia. Sujeitos coletivos e organizações do terceiro setor tentam conquistar espaços midiáticos para suas causas, exercendo, de certo modo, o papel de agendar a mídia sobre determinado assunto. O resultado considerado exitoso consiste em um tratamento favorável pela mídia as intenções do autor do *advocacy*. (MARTINS apud OLIVEIRA, 2008, p. 45).

As organizações civis e do terceiro setor acreditam que suas reivindicações possuem o que Oliveira (2008) chama de *valor-social*. No entendimento dessas organizações, fatos que são de interesse público, como o aumento do desmatamento ou da desigualdade social, seriam razão o suficiente para justificar a veiculação desses acontecimentos na mídia. Porém, os jornalistas nem sempre consideram as pautas propostas dentro desse escopo como pautas que possuem valor-notícia suficiente para serem difundidas.

De acordo com o autor, o *valor-social* varia de acordo com as temáticas consideradas importantes para as próprias organizações que o propõem e possuem foco e abordagens mais adequados para essas mesmas entidades. Porém, é preciso ressaltar que somente são considerados *valores-sociais* aqueles que se voltam para o bem comum e não valores que

prezam por interesses de um grupo específico ou interesses não públicos. (OLIVEIRA, 2008, p. 95)

O objetivo dessas organizações, então, é pautar a imprensa de forma a colocar seus valores-sociais dentro da lógica dos valores-notícia. Contudo, é necessário que haja um equilíbrio entre esses dois valores. Caso contrário, o fato divulgado pela entidade pode ser entendido apenas como caracterizado por valores-notícia e reduzir o entendimento e o trabalho da organização a algo sensacionalista ou sem profundidade. O equilíbrio desses valores corresponde ao valor-convergente. (Ibid. p. 97)

Para conseguir realizar o agendamento convergente de forma satisfatória de modo a pautar a mídia com temas de valor-social é preciso que as entidades e organizações entendam sobre como funciona uma redação de jornal e os valores-notícia. No contexto específico da preservação ambiental, esse processo precisa ser refinado, a fim de trazer pautas relacionadas ao meio ambiente fora do contexto de catástrofes ambientais, além de achar uma intersecção entre sustentabilidade e valor-notícia.

O Manual de Comunicação e Meio Ambiente, organizado pelo Instituto Internacional de Educação do Brasil - IIEB e pelo WWF-Brasil, traz, de forma prática, uma proposta semelhante à de Oliveira:

Considerando que a imprensa, por seu caráter informativo, opinativo e formativo, é um dos principais meios de promover a formação e a participação da sociedade nas questões ambientais, a propostas do curso privilegia a comunicação jornalística. O objetivo final consiste em fazer que os ambientalistas utilizem a comunicação como ferramenta para impulsionar a conservação da natureza e o desenvolvimento sustentável. (TRIGUEIRO, et al. 2004, p. 15)

O livro traz para o leitor, de maneira prática e direta, um panorama de como são as redações de jornal e como trazer assuntos referentes a pautas ambientais para dentro das redações de jornal. No décimo capítulo, os autores trazem depoimentos de jornalistas atuantes na área sobre como os ambientalistas e os assuntos ligados ao ambientalismo são percebidos por quem redige as reportagens.

De maneira geral, os jornalistas ressaltam a importância de utilizar uma linguagem simples e acessível e evitar termos muito técnicos. Outra dica é manter-se atento ao que é factual e atual, pois possui geralmente um valor-notícia maior do que assuntos que acontecem com mais frequência (ibid.).

A relação entre jornalismo e ambientalismo também enfrenta o problema da falta de especialização dos profissionais na área. No relato “Ambientalistas e jornalistas - Uma relação de utilidade pública”, o jornalista André Trigueiro aponta que:

O jornalista que se interessa por meio ambiente no Brasil é invariavelmente um autodidata, num país onde a oferta de cursos nessa área é escassa e o incentivo das empresas de comunicação para uma especialização, praticamente nulo. (TRIGUEIRO, et al, 2004, p. 117)

Esse é um fator que pode se tornar um obstáculo para o exercício do agendamento convergente na área ambiental. O desafio também é abordado por Moura (2011) no artigo “Jornalismo e a transversalidade da pauta socioambiental”. De acordo com a autora, a problemática socioambiental no Brasil demanda profissionais da área de comunicação mais qualificados, porém os cursos de comunicação social e jornalismo oferecidos no país deixam lacunas na formação do estudante que acabam buscando especializações após concluírem suas graduações, em áreas como cultura, gênero e meio ambiente, por exemplo.

A formação do jornalista que pretende seguir carreira falando sobre temas ligados ao meio ambiente deve ser continuada após a graduação, pois o tema socioambiental requer constante atualização devido a sua característica transversal. (MOURA, 2011)

Assim, a revista @distrito.cerrado tenta trazer o conceito de valor-convergente equilibrando os valores-notícia e os valores-sociais ligados à temática ambiental no Distrito Federal. A proposta é ser um veículo de imprensa que considera o valor-social de entidades e organizações do terceiro setor da região do ponto de vista do valor-notícia, transformando reivindicações sociais na área ambiental em informações e notícias para a população da capital e entorno.

### **Redes sociais e adaptabilidade do jornalismo a novas mídias**

A informação se tornou uma das moedas mais valiosas da atualidade. Estamos, afinal, na Era da Informação. Porém, a cada dia que passa os jornais impressos, on-line, os telejornais e os programas de rádio têm mais dificuldade em se manter no mercado devido à perda de audiência. (MAURÍCIO, et al.)

Pode parecer contraditório, mas a realidade é que o jornalismo passa por uma crise em plena Era da Informação. Isso ocorre devido a sua extrema dependência da publicidade para gerar receita e se viabilizar economicamente. Atualmente, com avanço das redes sociais e da internet sobre o dia a dia de forma voraz, a publicidade tem sido dissipada em diversos meios, principalmente na internet, onde a concorrência é mais acirrada. Os anunciantes, hoje, podem se distribuir não somente entre jornais e revistas, mas também entre redes sociais, como o *Facebook*, *Twitter*, *Instagram*, *Snapchat*, entre sites de busca e blogs e até mesmo entre *influencers* para publicizar seus produtos. (MAURÍCIO, et al., 2017)

Os *digital influencers*, termo em inglês traduzido como influenciadores digitais, são pessoas que expõem sua vida pessoal ou conhecimentos na internet e alcançam grande público tratando dos mais diversos temas. Esse modelo de comunicação estabelece uma relação mais íntima com o receptor, que acaba por identificar-se com o influenciador ao criar empatia com o conteúdo divulgado. (Ibid.)

Para os anunciantes, essa relação próxima é extremamente atrativa do ponto de vista comercial. Os influenciadores cooptados por marcas para fazer campanhas conversam com seu público como se estivessem dando dicas aos consumidores, mas estão, na verdade, divulgando um produto ou marca. Para o modelo jornalístico brasileiro, dependente da verba publicitária, essa inovação tecnológica culminou na disrupção do jornalismo tradicional, que tem uma base financeira, de acordo com os autores supracitados.

A revista *The Economist* baseou-se em um estudo realizado pela editora *Ad Age*, mais conhecida como *Advertising Age*, em 2005 para escrever o artigo *The online ad attack*<sup>22</sup>. O texto revela que o faturamento publicitário das empresas Google e Yahoo se igualaria, naquele ano, a soma das receitas publicitárias das três maiores empresas de televisão estadunidenses (ABC, CBS e NBC), demonstrando o quanto o mercado publicitário que, antes se voltava para o jornalismo e meios de comunicação tradicional, fluiu no início do século XXI principalmente para o meio digital.

Outro ponto interessante ressaltado pelos autores é o valor de mercado que as informações pessoais dos usuários capturadas pelas redes sociais têm para as empresas. Esse banco de dados, muitas vezes, é vendido para grandes corporações e lojas para afinar as

---

<sup>22</sup> THE online attack. *The Economist*, 27 de abr. de 2005. Disponível em: <<https://www.economist.com/unknown/2005/04/27/the-online-ad-attack>> Acesso em: 16/11/2019

campanhas de marketing e aumentar os lucros. Isso ocorre, no entanto, sem que o dono dos dados receba nada por isso.

A principal diferença da publicidade atual é que no lugar de uma audiência massificada de milhões ao mesmo tempo, hoje há nichos específicos com um determinado tipo de conteúdo, permitindo às marcas identificar de forma mais precisa o público daquele canal ou perfil. (MAURÍCIO, et al., 2017, p. 5)

As marcas nos apresentam um novo modelo de economia: a economia afetiva. Chamada assim por tentar ganhar a afeição e respeito do consumidor, a economia afetiva funda-se no fato de que baseamos nossas compras muitas vezes em critérios não racionais. Nesse mercado, um influenciador é uma peça chave, já que consegue estabelecer essa relação de modo muito mais fluido e efetivo. (JENKINS, 2009 apud. MAURÍCIO, et al. 2017, p. 6)

Para driblar esse desafio, uma das soluções talvez seja investir em novas formas de financiamento para o jornalismo, como, por exemplo, o *crowdfunding* e modelos de jornalismo financiado diretamente pelo público. Ainda são modelos fracos no Brasil, mas já existem em outros lugares do mundo, como no Reino Unido, que é o caso da BBC, que é financiada por uma taxa anual paga pelo público.

Outra questão fundamental para o jornalismo moderno é justamente como se renovar diante desse cenário de inovação tecnológica. É necessário acompanhar as tendências e se modernizar caso os jornais queiram sobreviver nos tempos modernos. A comunicação de massas feita principalmente através das TVs e rádios dá lugar a uma comunicação mais individualizada e segmentada.

De acordo com Castells (2003), as relações estabelecidas no *Instagram* não formam grupos consolidados. As comunidades virtuais formadas pela rede social tendem a ter laços fracos e pontual, pois o único elo entre os usuários é o aplicativo em si. Após o surgimento da internet, o conceito de comunidade é redefinido, valorizando mais a comunidade com um apoio à existência de indivíduos ao invés de valorizar aspectos culturais. O que permeia as relações aqui é o ver e ser visto. (apud, PIZA, 2012).

Assim, os jornais se veem sem opção se não adotar novas estratégias para cooptar de volta seu público leitor. Muitos jornais migraram do formato impresso para o online, da rádio para o *spotify* no formato de *podcasts*, programas de TV passaram a estar disponíveis no

*YouTube* ou em sites próprios. Alguns jornais passaram a se aventurar, então, no mundo das redes sociais.

Contudo, boa parte do tempo, os veículos de mídia se dedicaram a fazer o que Canavilhas e Santanna, (2011, p. 56) identificou como *shovelware*, ou seja, os conteúdos expostos nas redes sociais não passavam de adaptações feitas a partir do conteúdo que havia sido veiculado na mídia tradicional do jornal. (apud ARAGÃO, 2012, p.2)

Esse modo de trazer informações para usuários de redes sociais tem pouco resultado. Como falado no caso dos *influencers*, é preciso que o público se sinta envolvido com o jornal ou com o tema para que a recepção seja considerada boa. Ainda segundo Aragão (2012, p.3) “observa-se que, sobremaneira, estes aplicativos pouco apresentam no sentido de distingui-los de outras formas de distribuição da informação em plataformas digitais, como a própria web.”

Além disso, o texto e as imagens não podem ser simplesmente adaptados para as redes sociais. É preciso pensar em textos mais sucintos, fotos de alta qualidade e que passem mensagens claras. Ter espaço para que o usuário expresse sua opinião e interaja com o jornal é fundamental para estabelecer uma relação de confiança com o público. Outro diferencial é explorar as diversas ferramentas oferecidas por cada aplicativo individualmente de forma criativa e informativa.

Com o surgimento da câmera no celular e a possibilidade de fotografar e compartilhar imagens e informações de forma quase que instantânea, o público passa a atuar como receptor e emissor das mensagens. As infinitas possibilidades de escolha também tornam o público responsável pelo filtro das informações que recebem, atuando, de certo modo, como *gatekeeper*<sup>23</sup> de suas próprias informações.

Desse modo, é necessário que o jornalista contemporâneo tenha em mente todas essas questões na hora de escrever para redes sociais. No caso deste trabalho, a revista @distrito.cerrado tenta trazer elementos do jornalismo para dentro da rede social *Instagram* incorporando conceitos supracitados.

Cada texto e imagem foi pensado exclusivamente para se encaixar na plataforma. A interação com os leitores é um ponto fundamental para a fidelização do público e a criação de

---

<sup>23</sup> O *gatekeeping* é um conceito jornalístico oriundo das teorias de comunicação de massas que identifica o processo de seleção do que será ou não veiculado como notícia com base em conceitos como valor-notícia, linha editorial do jornal, entre outros. (WOLF, 2003)



um laço com a revista, o que também facilita a identificação com temas da área ambiental abordados nas matérias.

## 6. METODOLOGIA DE PESQUISA

### Etapa 1 – Cronograma de produção

O primeiro passo do processo de produção foi elaborar um cronograma realista para a execução de todas as etapas da pesquisa e de produção da revista, que envolveu elaboração dos conceitos da revista, adaptações para o *instagram*, elaboração da parte gráfica e de identidade visual, pré-apuração, apuração, gravação de entrevistas, edição do material e publicação.

Inicialmente, a proposta de produção do projeto tinha projeção de conclusão dentro de um ano. Contudo, devido a questões pessoais, o cronograma foi alterado e se estendeu por mais seis meses. A elaboração do projeto se iniciou em agosto de 2018 dentro da disciplina Pré-Projeto Experimental em Jornalismo sob a orientação da professora doutora Márcia Marques. A cronologia das fases de produção pode ser observada nas tabelas abaixo:

**Tabela 1** - Cronograma de produção 2018

2018	Ago	Set	Out	Nov	Dez
Elaboração do projeto					
Leitura e Revisão Bibliográfica					
Escrita					
Elaboração do conceito da revista					
Pré-teste e apuração					
Gravação de Entrevistas					
Elaboração da identidade visual da revista					

Produção das reportagens					
Produção da parte visual da revista					
Edição do material gravado					
Finalização e entrega					
Defesa					

Fonte: Elaborado pela autora

**Tabela 2 - Cronograma de produção 2019**

<b>2019</b>	Mar	Abr	Mai	Jun	Jul	Ago	Set	Out	Nov	Dez
Elaboração do projeto										
Leitura										
Escrita										
Elaboração do conceito da revista										
Pré-teste e apuração										
Gravação de Entrevistas										
Elaboração da identidade visual da revista										
Produção das reportagens										
Produção da parte visual da revista										

Edição do material gravado										
Finalização e entrega										
Defesa										

Fonte: Elaborado pela autora

## Etapa 2 - Revisão Bibliográfica

Em um primeiro momento, foi feita uma seleção e leitura de uma bibliografia básica sobre temas relacionados a sustentabilidade para familiarização com o tema e também para uma melhor definição do objeto de pesquisa. No segundo semestre de 2018, foi cursada a disciplina Introdução ao Desenvolvimento Sustentável, pertencente ao Centro de Desenvolvimento Sustentável (CDS) da Universidade de Brasília, a fim de buscar mais uma bibliografia especializada e ter um primeiro contato com a temática dentro da perspectiva acadêmica.

Dentro de literaturas que se aproximam do universo da sustentabilidade e preservação ambiental, o livro *Cradle to Cradle* se revelou uma fonte de informações relevantes para repensar o modelo de produção de diversos objetos e processos industriais que estão hoje no dia a dia dos grandes centros urbanos do mundo. O conceito de que todo resíduo gerado no mundo não passava de um erro na concepção do próprio objeto trouxe novos paradigmas para repensar soluções para a produção industrial e para desafios ambientais enfrentados no século XXI, que passa por sua terceira revolução industrial. (MCDONOUGH; BRAUNGART, 2002).

Seguindo a mesma linha de pensamento, o livro “Vida sem lixo – Guia para reduzir o desperdício na sua casa e simplificar a vida” traz esse conceito de redução de impactos no dia a dia de forma otimizada para a realidade brasileira. A partir dessa leitura e do contato com a autora do livro, Cristal Muniz, em uma palestra seguida de uma sessão de autógrafos promovida pela loja Inspira Verde,<sup>24</sup> em Brasília, no dia 29 de março de 2019, foi possível conseguir mais

<sup>24</sup> A loja Inspira Verde é um estabelecimento comercial localizado no Comércio Local Norte (CLN) quadra 204, bloco D, loja 47, Asa Norte - Brasília. A loja é especializada na venda de produtos *lixo zero*, ou seja, produtos com foco na redução de resíduos gerados como, por exemplo, composteiras, canudos e copos reutilizáveis, absorventes de pano, entre outros produtos. O site da loja está disponível em: <<https://www.inspiraverde.com.br/>> Acesso em: 15/11/2019

referências de pesquisas atuais sobre o tema. Além disso, a leitura foi fonte de inspiração para ideias sobre como trazer de forma simples e didática discussões sobre preservação ambiental para a realidade da população brasileira e, mais especificamente, para a população do Distrito Federal, uma vez que a autora do livro possui um blog e um *instagram* dedicados a divulgação de conteúdo prático sobre sustentabilidade no dia a dia. (MUNIZ, 2018).

Ainda dentro do escopo de pesquisa em leitura especializada sobre meio ambiente, foi necessário a consulta de diversos artigos acadêmicos, reportagens de grandes veículos de mídia e de sites de entidades do terceiro setor como ONGs e organizações da sociedade civil.

Outro aspecto importante da pesquisa bibliográfica foi a procura por textos e pesquisas que abordassem o valor-notícia da sustentabilidade dentro do jornalismo. O primeiro passo foi retomar textos estudados ao longo de diversas disciplinas do curso de Comunicação Social da Universidade de Brasília (UnB), como o de Mauro Wolf sobre as teorias de comunicação de massas, para rever os conceitos sobre valor-notícia (WOLF, 2003). Em seguida, buscou-se uma literatura que expandisse o valor-notícia para abarcar também conceitos éticos e ligados a sustentabilidade.

Por último, procurar por uma bibliografia que abordasse as adaptações do jornalismo a novas mídias como as redes sociais foi fundamental para consolidar esta pesquisa. Dentro dessa busca, foi necessário buscar análises sobre a própria plataforma do *Instagram* para estabelecer as melhores estratégias para a adaptação da linguagem jornalística a esse meio.

Por ser um tema recente, as maiores contribuições a essa parte da construção bibliográfica do trabalho foram encontradas em dissertações de mestrado, trabalhos de conclusão de curso e artigos publicados em congressos de comunicação.

É importante ressaltar que a pesquisa bibliográfica não pode ser encarada apenas como ponto de partida para este trabalho. A cada etapa foi necessário consultar novos textos de apoio e realizar pesquisas em fontes especializadas para fundamentar o texto como um todo.

### **Etapa 3 - Elaboração do conceito da revista**

Em um primeiro momento, as ideias em relação ao produto que se desejava alcançar estavam relacionadas a revistas digitais em formatos adaptados para sites, aplicativos e *tablets*.

Muitas revistas que antes apenas possuíam versões impressas já exibem versões digitais ou migraram 100% para versões web. Alguns exemplos são as revistas *Capricho* e *Folha de São Paulo*. A *Capricho*, revista direcionada ao público adolescente lançada em 1952, passou a ser 100% digital em junho de 2015<sup>25</sup>, enquanto a *Folha*, apesar de continuar tendo uma versão impressa, possui diversos assinantes em sua plataforma digital.

Contudo, a decisão por fazer uma revista on-line apresentou dois desafios: execução e inovação. Para criar uma revista on-line que pudesse comportar não somente textos e imagens, mas também vídeos seria necessário criar um site ou aplicativo para servir de veículo para a revista. A criação dessas mídias envolve custos mais elevados, como a contratação de um programador ou designer especializado na construção deste tipo de produto. No caso do site, há ainda custos na manutenção e hospedagem que devem ser considerados.

Já em relação a inovação, a criação de sites ou revistas on-line exibida via aplicativos já é uma solução difundida no mercado. A plataforma criada pelo Grupo Abril<sup>26</sup>, *GoRead*, possui um catálogo com diversas opções de revistas comercializadas com acesso limitado para assinantes. O *GoRead*<sup>27</sup> também possui um aplicativo disponível para download na *Apple Store* e na *Google Play*.

Assim, criar mais uma revista digital nesse formato explora pouco das novas possibilidades que já existem para se fazer jornalismo no mundo digital. A partir de inspirações e referências de outras revistas feitas exclusivamente na rede social, foi decidido que explorar esse veículo do ponto de vista do jornalismo traria mais possibilidades de viabilização do produto e de futuras contribuições para o jornalismo na primeira década do século XXI.

#### **Etapa 4 - Inspirações e referências**

Ao iniciar as pesquisas sobre como seria possível utilizar o *Instagram* como veículo de divulgação de informações sobre sustentabilidade e transformar um perfil comercial em uma revista digital, foram encontrados alguns perfis na plataforma que realizam trabalhos

---

<sup>25</sup> Disponível em: <<https://capricho.abril.com.br/>> Acesso em: 16/11/2019

<sup>26</sup> O Grupo Abril é um grupo de comunicação e distribuição brasileiro fundado em 1950 e que atua em diversas áreas como mídia, gráfica, distribuição e logística. O Grupo é responsável por diversas revistas brasileiras como a *Veja*, *Superinteressante* e *Capricho*. Disponível em: <<https://grupoabril.com.br/#quem-somos>> Acesso em: 16/11/2019

<sup>27</sup> Disponível em: <<https://www.goread.com.br/catalogo>> Acesso em: 16/11/2019

semelhantes, criando conteúdos tipicamente vistos em blogs e revistas dentro do Instagram. Nesse contexto, diversos perfis serviram como inspiração para a criação deste trabalho como pode ser observado abaixo:

## Uma Vida Sem Lixo

O perfil @umavidasemlixo<sup>28</sup>, da designer Cristal Muniz, foi um ponto de partida e primeira inspiração para criação da @distrito.cerrado. O *instagram* complementa a rede de mídias que blogueira criou para divulgar a causa *lixo zero*<sup>29</sup> e questões relacionadas a meio ambiente. Cristal começou seu ativismo fazendo o desafio de tentar reduzir seu próprio lixo em um ano, criando o blog *Um Ano Sem Lixo*. A ativista começou esse processo após entrar em contato com as ideias da americana Laura Singer, autora do blog *Trash is for Tossers*<sup>30</sup>. Hoje, a brasileira mantém o blog, que mudou de nome para *Uma Vida Sem Lixo*, o perfil no *Instagram* e uma *newsletter* para assinantes<sup>31</sup>.

Seu *Instagram* chama atenção para o cuidado com o design simples e minimalista que perpassa todas as postagens. A ativista tenta trazer dicas úteis para o dia a dia de quem quiser aderir ao movimento de gerar menos lixo e também informações sobre meio ambiente no Brasil de uma forma inteligível e interessante. Ela utiliza *hashtags* para impulsionar assuntos e delimitar temas dos *posts* e campanhas que faz e marca outros perfis semelhantes nos textos, o que também gera mais engajamento. Outro fator interessante desse perfil é a forma como Cristal conseguiu deixá-lo mais pessoal, evitando aparecer em fotos e registros dos *stories*. Ainda que possua traços de um blog pessoal, como a utilização de linguagem em primeira pessoa, a designer se diferencia de outros perfis que falam sobre sustentabilidade e lixo zero no *Instagram*

---

<sup>28</sup> Disponível em: <https://www.instagram.com/umavidasemlixo/?hl=pt-br>. Acesso em: 11/10/2019

<sup>29</sup> Movimento ambientalista focado em aproveitar ao máximo materiais e recursos naturais, promover a redução da geração de resíduos e, caso produzidos, estimular o encaminhamento correto e com menor impacto ambiental possível. De acordo com a *Zero Waste International Alliance (ZWIA)*, o conceito de *zero waste (lixo zero)* é “Lixo Zero: A conservação de todos os recursos por meio da produção, consumo, reutilização e recuperação de produtos, embalagens e materiais sem queima e sem descartá-los na terra, água ou ar de modo que ameacem o meio ambiente ou a saúde humana” *Última atualização em 20/12/2018*; Versão da autora

Disponível em: <http://zwia.org/zero-waste-definition/>. Acesso em: 11/10/2019

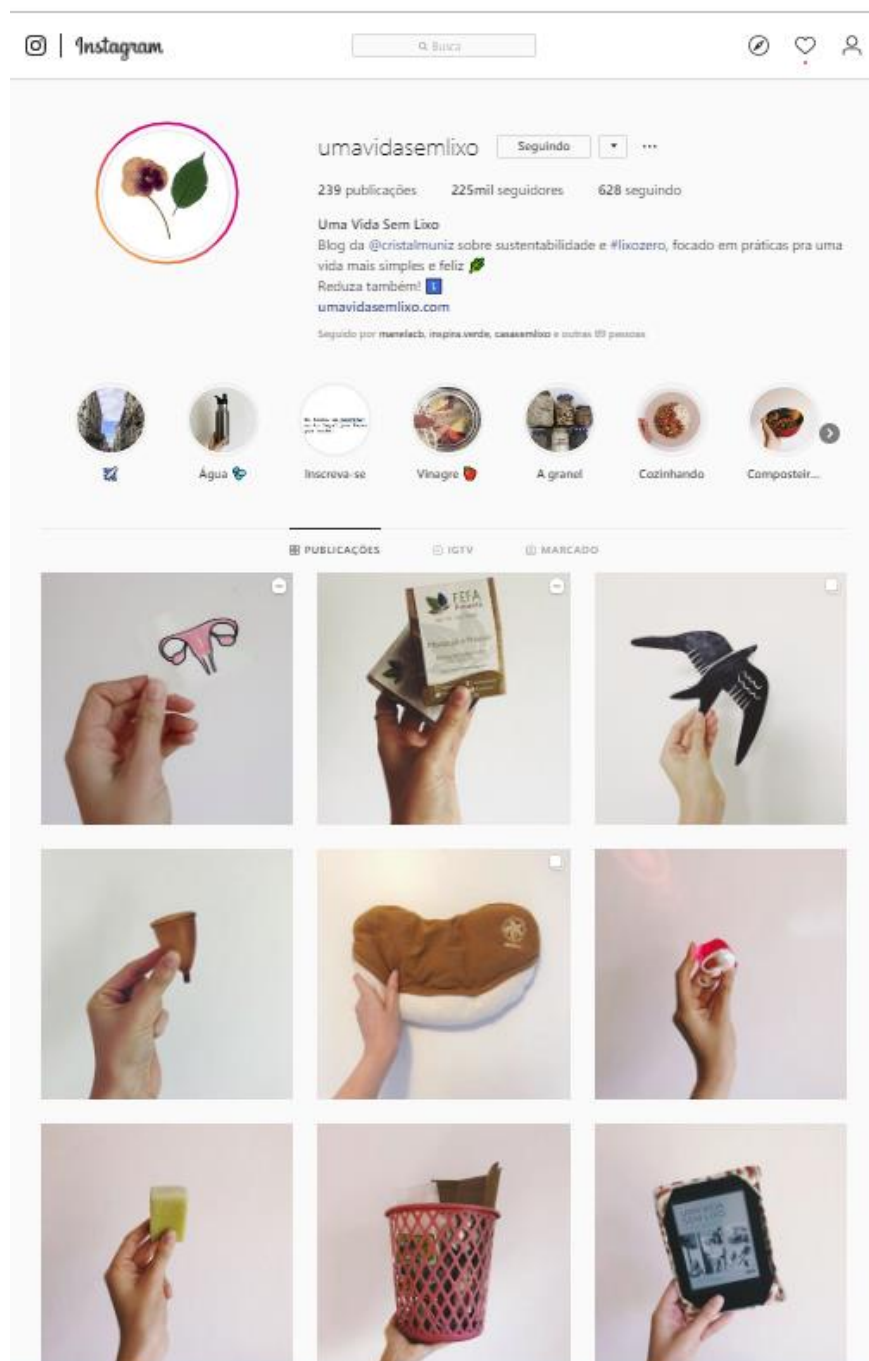
<sup>30</sup> Disponível em: <http://trashisfortossers.com/>. Acesso em: 11/10/2019

<sup>31</sup> A *newsletter* do Um Ano Sem Lixo é um informe enviado quinzenalmente por e-mail com informações sobre lixo zero e sustentabilidade para assinantes. O valor mínimo é R\$ 7,00.

Disponível em: <https://umavidasemlixo.com/2019/02/novidade-agora-voce-pode-assinar-o-blog-um-ano-sem-lixo-para-receber-uma-newsletter-exclusiva/>. Acesso em: 11/10/2019

por tentar manter o foco do conteúdo das informações e não na sua vida pessoal ou em sua personalidade.

**Figura 2** - Perfil no *Instagram* do blog Uma Vida Sem Lixo.



Fonte: Reprodução *Instagram* @umavidasemlixo



Tahliah Debrett Barnett, mais conhecida como FKA Twigs, é uma cantora, compositora, dançarina e produtora musical britânica. Atuante em diversas áreas da mundo da arte, Twigs também inovou ao lançar a revista pra *instagram AVANTgarden*<sup>32</sup> em seu perfil pessoal em 2017.

A revista traz fotos e vídeos curtos que tem a intenção de fomentar discussões com outros artistas. O primeiro número da revista teve como tema tranças e diferentes formas de penteados como parte da cultura negra e um ponto de partida para falar sobre o racismo na sociedade contemporânea. A cantora viu potencial em uma ferramenta que havia sido recém lançada no *Instagram* na época para criar o formato da *AVANTgarden*: o carrossel de imagens. O carrossel de imagens consiste em uma única publicação no *Instagram* com 10 fotos. A primeira foto escolhida é a que fica exibida no *feed* do perfil do usuário, porém, ao arrastar para o lado, é possível ver outras imagens. Dentro do carrossel é possível selecionar até 10 fotos para compor a postagem e postar também um texto na legenda da foto. Twigs se utilizou desse formato para postar fotos editadas que se completam como em uma revista impressa.

Em entrevista para a revista *Dazed*<sup>33</sup>, a artista revela que, ao contrário do que hoje é tão comum, não gosta de se expor em redes sociais e levou um bom tempo para se sentir confortável no espaço virtual. Ao enxergar a possibilidade de utilizar o *Instagram* não apenas como uma janela para sua vida privada e sim uma oportunidade para criar um trabalho artístico e criativo, Twigs passou a ver mais sentido em utilizar a rede.

Outro ponto interessante colocado por ela é o acesso do público e a inovação. Quando procura qual é a capa da *Dazed* da última edição, a artista vê primeiro a imagem no *Instagram* antes de procurar a revista física. As redes sociais se tornaram parte do dia a dia das pessoas e não se pode mais ignorar isso. Além disso, ela afirma não conhecer outra pessoa que se propôs a fazer uma revista mensal com um *layout* atrativo dentro da plataforma e acredita que esse uso pode ser mais interessante do que apenas postar fotos do dia a dia.<sup>34</sup>

---

<sup>32</sup> Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/BaMVsUzjwPi/>> Acessado em: 14/10/2019

<sup>33</sup> A revista *Dazed* é uma revista de estilo alternativo e cultura britânica fundada em 1991 por Jefferson Hack e Rankin. Ela aborda desde temas como música, moda, artes visuais, até filmes e literatura. Disponível em: <<https://www.dazeddigital.com/>> Acessada em: 14/10/2019

<sup>34</sup> A entrevista completa em inglês está disponível em: <<https://www.dazeddigital.com/music/article/37753/1/fka-twigs-on-launching-an-instagram-mag-called-avantgarden>> Acessada em: 14/10/2019

**Figura 3** - Imagem retirada do perfil no *Instagram* da artista FKA Twigs



Fonte: Reprodução *Instagram* @fkatwigs

## **Dqker Nation**

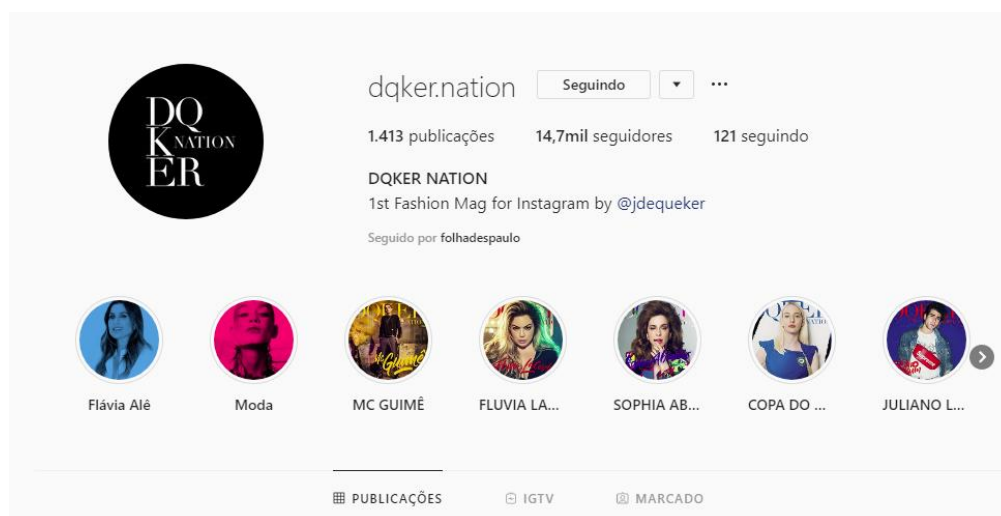
A primeira revista de moda 100% feita para o *Instagram* foi criada pelas mãos do fotógrafo brasileiro Jacques Dequeker em 2018. A revista *DQKER Nation* surgiu da perda do interesse do fotógrafo pelo meio impresso. Após fazer mais de 70 capas para revista *Vogue*, Dequeker sai de vez das bancas de revista para entrar no mundo digital.

A proposta da *DQKER Nation* é trazer inovação para o mundo das revistas de moda explorando novos formatos em pílulas semanais de conteúdo. A revista traz estampada celebridades, modelos e personalidades posando em fotos de alta qualidade e produzidas por uma equipe de maquiagem e cenografia. O foco da revista não é o texto e sim a imagem em si e, por isso, as fotos não possuem legendas com textos informativos. As imagens são publicadas formando mosaicos e se completando para formar imagens maiores

A *DQKER Nation* traz a preocupação com a reconquista do público-leitor, principalmente o público jovem. Em entrevista para o jornal Folha de São Paulo, Jacques afirma que as revistas se fecharam em guetos e não atraem mais os leitores.

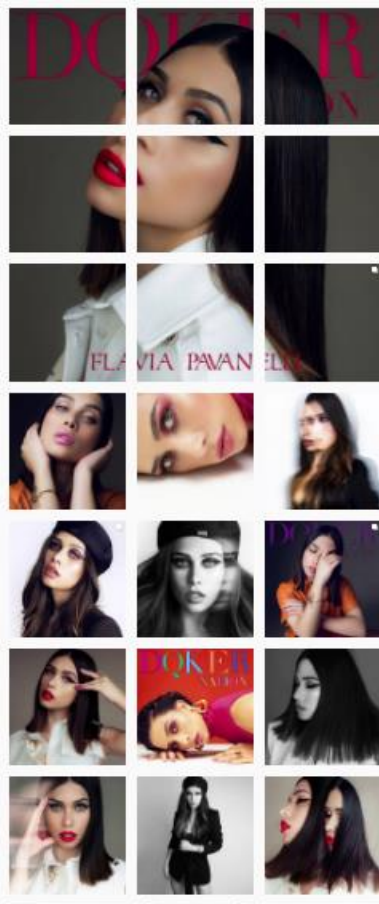
Outro uso interessante dado pela revista é a utilização do IGTV para publicação de entrevistas com os fotografados. Os *stories* também são utilizados para complementar as edições da revista trazendo vídeos e fotografias mostrando os ensaios feitos em cada edição. Diferente da revista *AVANTgarden*, a *DQKER* traz uma proposta que aproveita melhor o espaço da plataforma e as ferramentas disponíveis.

**Figura 4** - Imagem retirada do perfil no *Instagram* da revista DQKER.Nation



Fonte: Reprodução *Instagram* @dqker.nation

**Figura 5** - Capa de uma das edições disponíveis no *Instagram* da revista DQKER.Nation



Fonte: Reprodução *Instagram* @dqker.nation

### **Etapa 5- Definição da primeira edição da revista**

Após a elaboração do conceito da revista e de sua proposta enquanto produto, foi necessário estabelecer um tema para a primeira edição. O desafio em definir o que seria o fio condutor das primeiras reportagens encontrava-se justamente na abrangência da revista. Sustentabilidade, como afirma Moura (2011), é uma pauta transversal que perpassa diversos assuntos e diversas áreas do conhecimento. (MOURA, 2011, p. 4).

A princípio, a proposta era investigar o sistema de produção de resíduos sólidos urbanos do Distrito Federal e, conseqüentemente, abordar temas como reciclagem, lixões, aterros sanitários, coleta seletiva e saneamento básico. Contudo, a partir de uma proposta da professora

doutora Dione Oliveira Moura, a primeira edição acabou debruçando-se sobre o caso do Ribeirão Sobradinho, um curso d'água localizado na região administrativa de Sobradinho que se encontra poluído.

A decisão de trabalhar com esse assunto ao invés de abordar a questão da gestão de resíduos sólidos na capital, partiu da dedicação da professora Dione junto a outros estudantes e graduandos da Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília (UnB) a auxiliar a ONG SOS Ribeirão em revitalizar o ribeirão para uso recreativo.

A pedido da própria ONG, os estudantes inscritos na disciplina Comunicação para Sustentabilidade trabalharam durante o segundo semestre de 2019 em atividades relacionadas a revitalização da imagem da Organização e de suas estratégias de comunicação interna e externa.

Também atuaram junto ao SOS Ribeirão as graduandas Giullia Vênus Oliveira Santos e Neyrilene Raquel Costa, que tem previsão de apresentar seus trabalhos de conclusão de curso no primeiro semestre de 2020. Seus trabalhos também têm como tema principal a ONG SOS Ribeirão.

Por esse motivo, unir-se a equipe de estudantes e professores engajados nessa causa traria propósito e viabilidade para a primeira edição da @distrito.cerrado. Essa escolha possibilitou o trabalho conjunto e a colaboração de diversos comunicadores em formação, o que enriqueceu as perspectivas aqui abordadas e foi fundamental para a qualidade do produto final.

## **Etapa 6- Pré-apuração**

Durante a pré-apuração foram pesquisados vários dados relacionados ao SOS Ribeirão e ao Ribeirão Sobradinho. As informações sobre o Ribeirão, descritas no capítulo de contextualização, foram de mais fácil acesso. Sites do governo, como o da Secretaria de Estado do Meio Ambiente do Distrito Federal e o da Agência Reguladora de Águas, Energia e Saneamento Básico do Distrito Federal (ADASA), oferecem dados sobre a bacia hidrográfica de toda região.

Outra fonte importante para a compreensão e obtenção de informações para as reportagens foi o estudo realizado pela Universidade de Brasília em 2011 sobre a qualidade da água do Ribeirão Sobradinho. O estudo traz diversos dados sobre a região como a extensão do curso d'água, a quantidade de matérias orgânicas encontrada na água, entre outros indicadores. (ZORZI, et al. 2011).

Contudo, informações relacionadas a qual seria a fonte principal da poluição do Ribeirão Sobradinho e quem seria o principal órgão responsável por fiscalizar e corrigir problema eram mais difíceis de obter. Isso ocorreu, pois, a principal fonte de poluição do ribeirão, de acordo com relatos de integrantes do SOS Ribeirão, seria a Companhia de Saneamento Ambiental do Distrito Federal (CAESB). A CAESB, por sua vez, não negava depositar esgoto tratado no Ribeirão, mas afirmou que a responsabilidade de revitalizar o Ribeirão deveria ser dividida com outros órgãos ambientais do DF, como a ADASA e que seria necessária vontade política e pressão popular.

Outro ponto que foi desafiador na busca por informações ao realizar a pré-apuração foram informações ligadas a ONG SOS Ribeirão. Apesar de existir e atuar na região há cerca de 10 anos, a organização não possuía um site ou mesmo redes sociais que pudessem fornecer informações sobre seu trabalho e sua causa.

Assim, foram necessários encontros presenciais com os membros mais atuantes do SOS Ribeirão para obter mais informações e prosseguir com as apurações.

## **Etapa 7 - Pré-testes**

Dentro da fase de pré-testes, foram realizadas as primeiras entrevistas para a revista ainda em setembro. O objetivo desse primeiro contato era aproximar-se mais do objeto de pesquisa e abrir novas perspectivas para apurações e reportagens ainda não avaliadas na pré-apuração.

A primeira entrevista foi feita no dia 21 de setembro de 2019, no condomínio Entre Lagos. A princípio, a entrevista havia sido marcada com o integrante do SOS Ribeirão, José Leitão. Porém, ao chegar no local marcado, José Leitão estava acompanhado de Raimundo Barbosa, presidente da organização.

Leitão havia marcado com o presidente e também com Ricardo Tezini Minotti, professor da Universidade de Brasília e presidente do Comitê de Recursos Hídricos do DF. Graças a este encontro foi possível entrevistar os três representantes no mesmo dia e reunir diversas informações sobre a mobilização popular entorno do Ribeirão Sobradinho.

As entrevistas possibilitaram conhecer melhor o trabalho realizado pelo SOS Ribeirão, que envolve a realização de caminhadas as margens do Ribeirão todo último domingo do mês para recolher lixo deixado ao longo do curso d'água, mostrar aos moradores da região a beleza natural do local e alertar sobre a poluição das águas e a degradação ambiental. Após a caminhada, geralmente se realiza palestras sobre água e conservação ambiental com especialistas da área.

Essa aproximação inicial com membros do SOS Ribeirão, demonstrou-se fundamental para a reportagem em momentos futuros. O encontro possibilitou o acesso ao grupo de *Whatsapp* “Por um Ribeirão Vivo”, espaço virtual onde integrantes do movimento compartilham informações, denúncias e se articulam para fazer reuniões e ações a favor da despoluição do Ribeirão. Consequentemente, a entrada no grupo possibilitou conseguir mais fontes e informações sobre o movimento.

No mesmo dia foi possível também conversar com Suely Gonçalves dos Santos, diretora do Campeonato de Orientação do DF e presidente do Clube de Orientação Tiradentes (COTI), que estava no local preparando o espaço para o evento esportivo que ocorreria no dia seguinte. A Corrida de Orientação é um esporte que nasceu nos países nórdicos e que promove o contato direto com a natureza. O atleta recebe ao iniciar a prova um mapa topográfico e uma bússola e, com esses instrumentos, deve percorrer todo percurso descrito no mapa, achando todos os pontos de controle no menor tempo possível. O esporte chegou ao Brasil na década de 1970 através dos militares. (DMETERKO, 2017, p. 1)

Ao conversar com Suely Gonçalves foi descoberta mais uma possibilidade de pauta para uma reportagem, visto que um dos princípios do esporte é a preservação ambiental e, no dia 22 de setembro, haveria uma competição de Orientação às margens do Ribeirão Sobradinho. Assim, a fim de aproveitar tempo e recursos, no dia subsequente a primeira entrevista foram realizadas filmagens e entrevistas com atletas e organizadores da Corrida de Orientação com foco na preservação da região e nas possibilidades de uso do Ribeirão Sobradinho para recreação. Para realização de ambos os dias de gravação foram utilizados a câmera Canon 80D, um tripé e um microfone de lapela, equipamentos disponibilizados mediante reserva pela

Faculdade de Comunicação para realização de reportagens e trabalhos de estudantes de graduação.

Outro estudo realizado durante a fase dos pré-testes foi uma análise das métricas da página do *Facebook* do jornal Repórter Brasil, pertencente a TV Brasil. O jornal, apesar de possuir 99.686 curtidas possui um engajamento baixo, com uma média de 10 curtidas e 2 compartilhamentos por publicação. A amostragem utilizada para se chegar a esses números foi o número curtidas e compartilhamentos por post compilados durante sete dias. Após a coleta dos dados, estabeleceu-se como engajamento a soma do número de compartilhamentos com o número de curtidas alcançadas por cada postagem. A partir desses números foi feita a média aritmética correspondente ao total de engajamento gerado (soma das curtidas e compartilhamentos de cada postagem<sup>35</sup>) dividido pela quantidade de postagens feitas no período de sete dias.

## **Etapa 8 - Gravação das entrevistas**

As entrevistas gravadas foram fundamentais para a construção das matérias para a primeira edição. As principais informações para a construção de reportagens advieram, em grande parte, das entrevistas realizadas com representantes do SOS Ribeirão, CAESB, ADASA e com o Comitê de Bacias Hidrográficas do DF.

A maior parte do trabalho teve como base entrevistas gravadas em vídeo. Essa escolha possibilitou poupar tempo de produção e apuração para revista, visto que o vídeo pode ser utilizado para alimentar tanto o *feed* de publicações do *Instagram* como o *Stories* e o *IGTV*. Além disso, a gravação em vídeo possibilita também a gravação em áudio, o que permite o jornalista reduzir o tempo gasto na realização das entrevistas e facilita sua pós-produção, uma vez que as entrevistas podem ser degravadas e adaptadas para o formato escrito ou apenas de áudio quando necessário para a composição da matéria. A partir do vídeo também é possível retirar apenas um *frame* de forma isolada, obtendo assim fotografias interessantes para ilustrar as reportagens. Essa dinâmica de produção possibilitou que o trabalho fosse realizado, majoritariamente, com apenas uma jornalista em campo.

---

<sup>35</sup> Para conferir a pesquisa completa, acesse, ao final deste documento o Apêndice A



As câmeras foram escolhidas com base três critérios: conhecimento prévio do equipamento, qualidade técnica da imagem e som produzidos e disponibilidade do equipamento para os dias e horários das entrevistas marcadas na disponibilidade do material. Ambas as câmeras possuem qualidade técnica para realizar gravações e fotografias com qualidade semiprofissional e são pequenas, facilitando o transporte e as gravações feitas em espaços abertos e em movimento.

Durante o curso, as câmeras já haviam sido utilizadas para gravações de trabalhos, principalmente na Operação Vale do Acre, realizada entre 05 e 21 de julho de 2019, como parte da atuação voluntária do grupo de dez estudantes e dois professores da Faculdade de Comunicação no Projeto Rondon. Portanto, todos os equipamentos utilizados já haviam sido testados e utilizados em gravações pela autora da pesquisa anteriormente. É importante ressaltar que, como o equipamento é disponibilizado para trabalhos de alunos de graduação, é necessário reservar com antecedência para garantir a liberação no dia das entrevistas. Assim, uma limitação imposta ao trabalho foi a utilização de duas câmeras distintas para filmagem e fotografia devido a incompatibilidade de agenda do material utilizado com as gravações marcadas.

Para realizar as entrevistas foram utilizados equipamentos disponibilizados pela Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília, sem os quais o trabalho não seria viável. As câmeras utilizadas foram a Câmera EOS 80D da Canon e a Filmadora Sony Hxr Nx5r. Junto com a câmera EOS 80D foi utilizada a lente 50mm, uma lente objetiva normal, que, de acordo com a Apostila de Fotografia de Filipe Salles, produz imagens com campo e perspectiva que se aproximam da visão considerada normal. (SALLES, p.12)

O desafio de empregar duas câmeras de modelos, marcas e proposições distintas para imagens que seriam utilizadas, muitas vezes, no mesmo vídeo, foi resolvido colocando as câmeras em modo manual na hora das gravações. O modo manual permite um maior controle do obturador, ISO, foco e abertura do diafragma e, conseqüentemente, maior controle da luminosidade e da cor das imagens. Assim, foi possível obter resultados semelhantes de cor, exposição e profundidade focal mesmo utilizando dois equipamentos diferentes para filmagens complementares.

As demais incongruências das imagens foram corrigidas nos *softwares* de edição *Adobe Premier*, *Adobe After Effects*, no caso dos vídeos, e *Adobe Lightroom* e *Adobe Photoshop*,<sup>36</sup> no caso das imagens. É importante ressaltar também que foi necessário a utilização de tripé, microfone de lapela e fones de ouvido em todas as entrevistas para garantir uma imagem estável e um áudio com qualidade. Na tabela abaixo é possível ver o cronograma de entrevistas detalhado junto ao equipamento utilizado em cada gravação:

**Tabela 3-** Cronograma de entrevistas

<b>Dia*</b>	<b>Pauta</b>	<b>Local</b>	<b>Horário</b>	<b>Entrevistados</b>	<b>Equipamento</b>
21/09	Quem é o SOS Ribeirão e quais são suas principais reivindicações e formas de atuação?	Restaurante Rural; Condomínio Mansões Entre Lagos - Córrego Sobradinho dos Melos - Sobradinho, Brasília - DF	8:30 a 13:30	Raimundo Barbosa (presidente do SOS Ribeirão) Ricardo Tezini Minoti (presidente do Comitê da Bacia do Parnaíba DF) José Leitão de Albuquerque Filho (integrante do SOS Ribeirão)	Câmera Canon EOS 80D Lente 50mm Tripé Microfone de lapela

<sup>36</sup> Os programas citados pertencem ao Pacote Adobe, um conjunto de mais de 20 aplicativos e softwares profissionais para desktop e dispositivos móveis de edição de imagem, vídeo, design, web, entre outros. Disponível em:

[https://www.adobe.com/br/creativecloud.html?gclid=CjwKCAiA\\_MPuBRB5EiwAHTTvMe3skoyaNa0EQaq\\_gkES4BRy-\\_7c6dJgG7pvTNxFUD-lkedTJTClRxoC2ekQAvD\\_BwE&sdid=KQPOT&mv=search&ef\\_id=CjwKCAiA\\_MPuBRB5EiwAHTTvMe3skoyaNa0EQaq\\_gkES4BRy-\\_7c6dJgG7pvTNxFUD-lkedTJTClRxoC2ekQAvD\\_BwE:G:s&s\\_kwcid=AL!3085!3!301784432574!b!!g!!adobe%20professional](https://www.adobe.com/br/creativecloud.html?gclid=CjwKCAiA_MPuBRB5EiwAHTTvMe3skoyaNa0EQaq_gkES4BRy-_7c6dJgG7pvTNxFUD-lkedTJTClRxoC2ekQAvD_BwE&sdid=KQPOT&mv=search&ef_id=CjwKCAiA_MPuBRB5EiwAHTTvMe3skoyaNa0EQaq_gkES4BRy-_7c6dJgG7pvTNxFUD-lkedTJTClRxoC2ekQAvD_BwE:G:s&s_kwcid=AL!3085!3!301784432574!b!!g!!adobe%20professional)

Acesso em: 17/11/2019

22/09	Corrida de Orientação: como funciona o esporte no DF e qual sua relação com a conservação da Natureza?	Restaurante Rural; Condomínio Mansões Entre Lagos - Córrego Sobradinho dos Melos - Sobradinho, Brasília - DF	11:00 a 15:00	William Delano Marques de Araújo (atleta do Clube de Orientação Tiradentes e policial militar) Wallace Lucas Alves Angelo (administrador de empresas e ex-militar) Suely Gonçalves dos Santos (presidente do Clube Orientação Tiradentes - COTI)	Câmera Canon EOS 80D Lente 50mm Tripé Microfone de lapela
29/09	Caminhada mensal - SOS Ribeirão	Restaurante Rural; Condomínio Mansões Entre Lagos - Córrego Sobradinho dos Melos - Sobradinho, Brasília - DF	9:00-13:00	Raimundo Barbosa (presidente do SOS Ribeirão) José Leitão de Albuquerque Filho (integrante do SOS Ribeirão)	NX Tripé Microfone de lapela
11/10	Oficina de Mobilização - Plano da Bacia Hidrográfica do Parnaíba DF	SAIN Estação Rodoferroviária de Brasília, S/N, Ala Norte	10:00 a 12:00	Carolina Schreiner Heck (engenheira ambiental da empresa ENGEPLUS)	NX Tripé Microfone de lapela
01/11	Entrevista com a CAESB sobre o esgoto depositado no corpo do	Lotes 13 / 21 - Centro de Gestão de Águas Emendadas, Av. Sibipiruna - Águas Claras, Brasília	9:00 a 10:30	Ana Maria Mota (superintendente de operação e tratamento de	Câmera Canon EOS 80D Lente 50mm Tripé

	Ribeirão Sobradinho			esgotos da CAESB) Carlos Eduardo Pereira (diretor de operação e manutenção da CAESB)	Microfone de lapela
03/11	Caminhada mensal - SOS Ribeirão	Restaurante Rural; Condomínio Mansões Entre Lagos - Córrego Sobradinho dos Melo - Sobradinho, Brasília - DF	9:00 a 14:00	Imagens de cobertura Ricardo Tezini Minoti (presidente do Comitê da Bacia do Parnaíba DF) Igor Gonçalves (graduando de Engenharia Ambiental da UnB)	NX Tripé Microfone de lapela Câmera Canon T5i para fotografias

Fonte: Elaborado pela autora

\*Todas as entrevistas foram realizadas no ano de 2019

Durante cada entrevista, também foi aproveitado para gravar imagens de cobertura que serviram para deixar as edições finais dos vídeos menos estáticas e mais interessantes para os espectadores. A escolha estética de não colocar a figura do repórter nos vídeos traz o foco para o entrevistado e para as imagens da reportagem. Ao colocar o jornalista em segundo plano, apenas recorrendo a sua voz para a narração de algumas cenas, sua figura se concretiza como o narrador descrito por Walter Benjamin (1996) de maneira mais fiel, uma vez que “as melhores (narrativas) são as que menos se distinguem das histórias orais contadas pelos inúmeros narradores anônimos” (BENJAMIN, 1996, p. 198 apud PEIXOTO; PORCELLO, 2016, p. 130).

## **Etapa 9 - Seleção e edição do material**

Após a gravação de todo material foi necessário selecionar as filmagens, fotos e informações que iriam compor as matérias da primeira edição da revista. Primeiramente, foram separadas em pastas diferentes as filmagens que serviriam como imagens de cobertura e ilustração das gravações das entrevistas. Em seguida, todas as entrevistas foram degravadas com o auxílio do aplicativo para *desktop VB Audio VoiceMeeter*<sup>37</sup>, que é capaz de converter a saída do áudio de vídeos e gravações dos alto-falantes do computador para o *software* de microfonia da máquina. A partir disso, basta tocar os áudios e transcrevê-los com ajuda de um *software* de reconhecimento de voz. Neste caso, o *software* utilizado para transcrição foi o pertencente ao site *dictation.io*<sup>38</sup>, próprio para esse uso.

A partir desse momento, as fotos tiradas durante todo processo de produção também foram selecionadas e tratadas no *Adobe Photoshop* e *Adobe LightRoom* para corrigir alguns elementos como cor, exposição, sombras, entre outros elementos. Parte importante da edição das fotografias foi sua adaptação para o formato quadrado, mais aceito dentro da plataforma do *Instagram*.

O quadrado é uma forma elementar, e essa força da geometria tende a destacar os elementos em seu interior. Nem horizontalidade, nem verticalidade - trata-se de criar um poderoso senso de equilíbrio na moldura que valoriza a simetria e a assimetria internas da imagem. A fotografia quadrada é comumente relacionada às imagens das câmeras *Polaroid*, aos filmes de médio formato e ao atual formato das redes sociais, como o *Instagram*. Convencionou-se culturalmente um formato de valor artístico e sofisticado, porém utilizado por fotógrafos amadores em busca de uma estética de valorização da imagem. (MIRANDA, Adriano, 2015, p. 36)

---

<sup>37</sup> Disponível em <<https://www.vb-audio.com/Voicemeeter/>> Acesso em 17/11/2019

<sup>38</sup> Disponível em <<https://dictation.io/>> Acesso em 17/11/2019

Após a seleção e edição das imagens, foi acrescentado a algumas fotos frases dos entrevistados para relacionar suas falas a sua imagem, recurso utilizado em diversas revistas impressas. Já os vídeos foram editados de modo que o primeiro minuto seja o mais essencial para a compreensão da narrativa imagética, uma vez que o *feed* de publicações permite a divulgação de vídeos de até um minuto. O restante do vídeo pode ser acessado pelo usuário via IGTV, onde estão disponíveis as videorreportagens completas.

Outra parte importante da edição do material foi a seleção de trilhas sonoras de licença livre para composição de transições no vídeo e de músicas de fundo para as reportagens. Nesta etapa, inseriu-se também o crédito dos entrevistados e a arte de abertura da revista.

## **Etapa 10- Elaboração da Identidade Visual da revista**

O processo de elaboração da identidade visual da revista foi um processo que durou cerca de dois meses, entre agosto e setembro de 2019. A princípio, procurou-se estabelecer o nome da revista a partir dos conceitos que ela representaria.

Em uma primeira ideia, a revista se chamaria Sustenta BSB!, um nome que procurava fazer referência a ideia de sustentabilidade e também ao verbo “sustentar”, em analogia a ideia de ser capaz de sustentar seus habitantes e sua fauna e flora. O acrônimo BSB faz referência ao nome de Brasília, uma abreviação comumente vista nos aeroportos.

Porém, o nome foi descartado por trazer os conceitos da revista de forma óbvia e por fazer referência apenas a cidade de Brasília, sendo que o Distrito Federal abarca diversas cidades e regiões administrativas que também serão palco de reportagens.

A fim de elaborar conceitos-chave para conduzir a elaboração de toda a identidade visual da revista e conceber um nome que expressasse esses conceitos foi utilizada a técnica conhecida como *brainstorm*, que pode ser definida como:

*Brainstorm*, ou tempestade de ideias em português, é uma técnica criada nos anos 1960 nos EUA pelo publicitário Alex Osborn. Trata-se de uma dinâmica em grupo com o objetivo de gerar ideias originais para negócios, artes, publicidade ou qualquer outro segmento que necessite ser alimentado pela criatividade. (ESTEVEZ, 2017, p.11)

Partindo desta técnica foi feito uma lista de palavras, utilizando o método de associação-livre, a partir da qual foi possível estabelecer o nome @distrito.cerrado. A lista de palavras pode ser vista no quadro abaixo:

**Figura 6** - Quadro de palavras feito com base na técnica de *brainstorm*

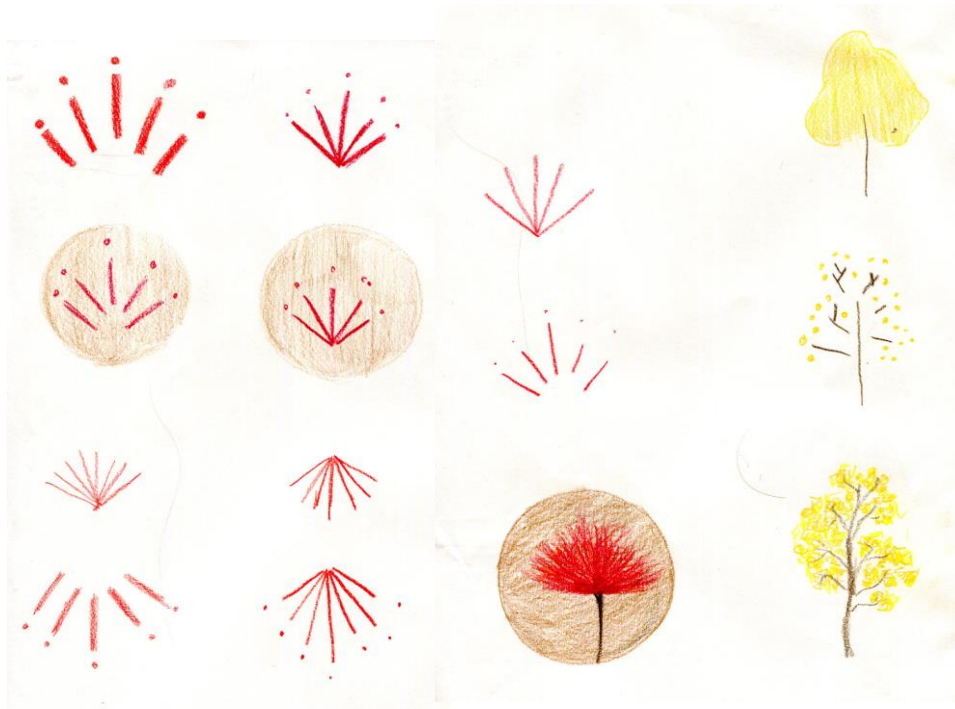
Lixo zero; Brasília; DF; Cidades Satélites; Cerrado; Lobo-guará; Ariranha; Plano Piloto; Avião; Sustentabilidade; Sustentável; Descartáveis; Coleta Seletiva, SLU; Compostagem; Rejeitos; Ipê; Horta urbana; Sustenta; Copo plástico; Inspira Verde; Ecosocialismo; Redes Sociais; Instagram; Ecossistema; Pitanga; Lixo; Resíduo; Agroecologia; Feira; Frutas; Sombra; Água; Modernidade líquida; Design; Minimalismo; Revista digital; Caliandra; Terra Seca; Poeira; Lago Paranoá; Cachoeiras; Ecovila; Orgânico; Árvores retorcidas; Informação, Folhas secas; Pequi.

Fonte: Elaborado pela autora

Em seguida, foi realizada uma pesquisa imagética em sites de buscas de imagem, como o *Google* e o *Yahoo*, e como na rede social *Pinterest*.

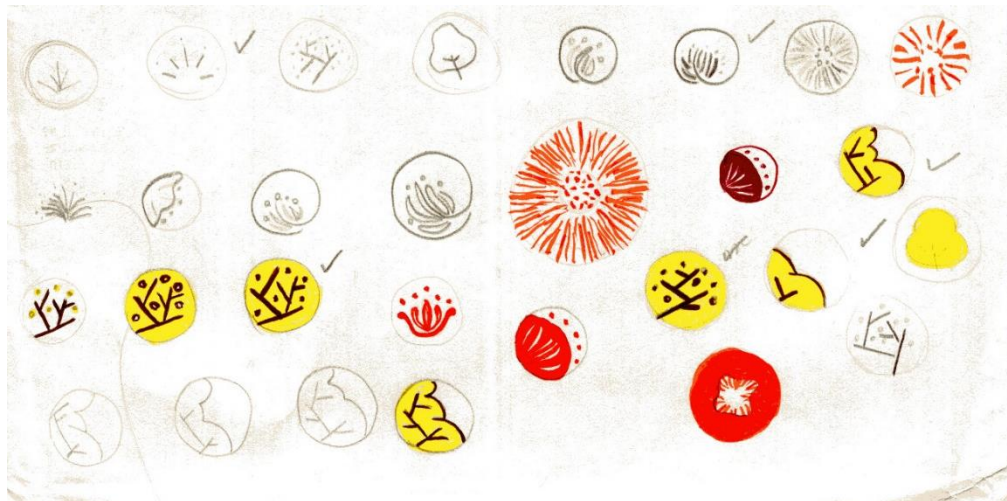






Fonte: Elaboração da autora

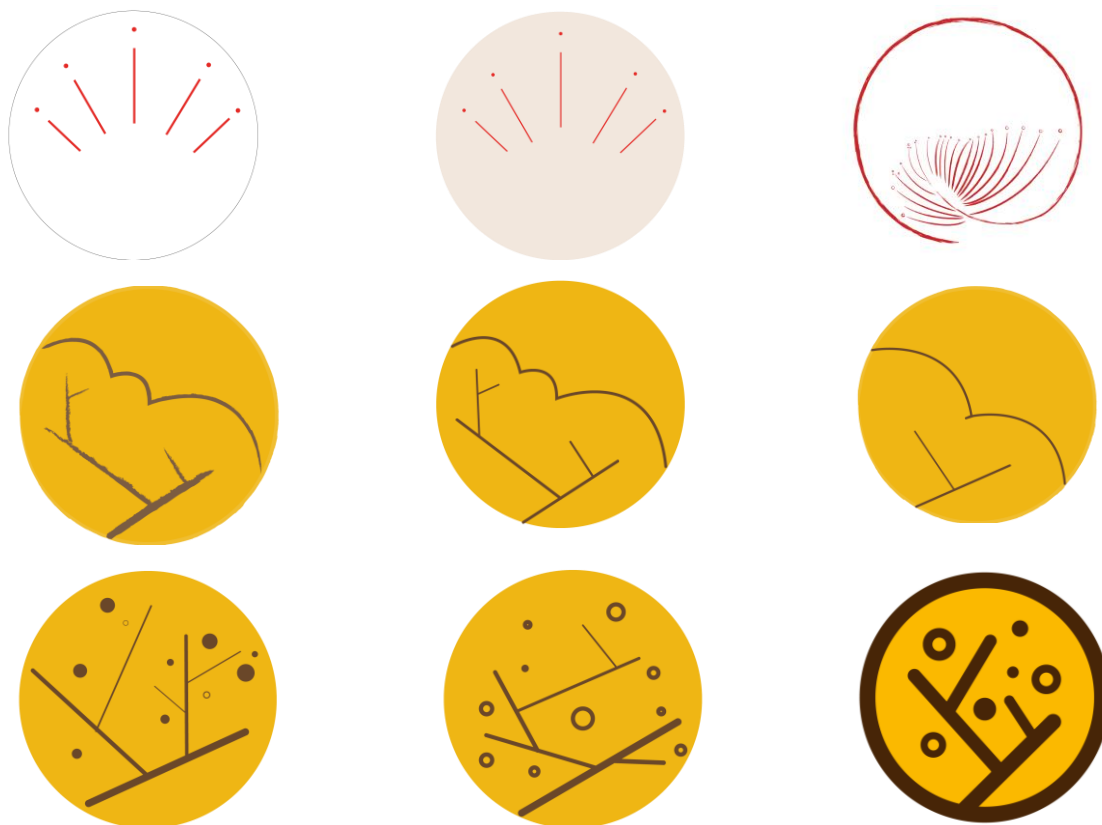
**Figura 9** - Propostas de logo para a revista feitas em papel



Fonte: Elaborado por Nathália Delgado

Após rascunhar ideias no papel, o seguinte passo foi levar os melhores desenhos para a versão digital. As diversas logos foram desenhadas utilizando o *software* de ilustração digital, o *Adobe Illustrator*.

**Figura 10** - Logos inspiradas na flor Caliantra, comum no Cerrado e nos ipês amarelos, respectivamente



Fonte: Elaborada pela autora e por Nathália Delgado

A versão final da logo teve como inspiração a árvore Ipê na cor amarela. Um dos símbolos da capital, o Ipê é uma árvore conhecida por ficar inteiramente florida apenas durante os meses de agosto e setembro. De acordo com o Instituto Brasileiro de Florestas (IBF), seu nome deriva do tupi e significa casca dura e era utilizado pelos indígenas para fazer seus arcos e de caça e defesa. O Ipê pode vir nas cores amarelo, branco, rosa e roxo.<sup>40</sup>

Devido a suas características resistentes de sobreviver a condições adversas e ainda assim conseguir florescer, mesmo que por pouco tempo, o Ipê é um símbolo que pode

---

<sup>40</sup> (ESPÉCIES de Ipê: conheça todos os tipos e cores. Instituto Brasileiro de Florestas [s.d.]) Disponível em: <<https://www.ibflorestas.org.br/conteudo/especies-de-ipe-conheca-todos-os-tipos-e-cores>> Acesso em 17/11/2019).

representar resistência e ao mesmo tempo beleza, conceitos que a revista @distrito.cerrado pretende passar.

**Figura 11** - Logo oficial da revista



Fonte: Elaborada pela autora em parceria com Nathália Delgado

A paleta de cores oficial da revista foi elaborada a partir de fotos de ipês amarelos tiradas na capital e com base nos conceitos do livro *Psicodinâmica das Cores em Comunicação*, elaborado por Modesto Farina, Clotilde Perez e Dorinho Bastos (2006).

**Figura 12** - Paleta de cores da @distrito.cerrado



Fonte: Elaborado pela autora

De acordo com os autores, o amarelo remete à alegria, espontaneidade, ação, poder, dinamismo e impulsividade. Pensando dentro do contexto da @distrito.cerrado, o amarelo, além de remeter aos Ipês, dá a revista a força da ação e do dinamismo necessárias na luta pela proteção ambiental. (FARINA, et al, 2006, p.101)

Já o marrom pode ter diversas associações como terra, resistência e vigor, características presentes nas árvores do Cerrado e complementares ao conceito central da logo quando associado ao amarelo. Também é possível associá-lo a doença, pesar e melancolia, que, apesar de não ser a ideia principal da revista, pode levar a interpretações como o pesar pela degradação ambiental do bioma. (ibid, p. 104)

O azul pode ser associado a confiança, intelectualidade e águas tranquilas. O cinza traz uma ideia de edificações, desânimo e carência vital. O lilás, variação da cor violeta misturada com branco, evoca conceitos como dignidade e autocontrole. (ibid, 98, p. 102 e p. 103). Todas essas cores foram escolhidas de forma a complementar o marrom e o amarelo em diferentes artes gráficas da revista. Apesar do objetivo principal das cores da logo (amarelo e marrom) ser passar a ideia de vigor, resistência e ação em alguns momentos foi necessário utilizar as outras cores da paleta para falar de conceitos mais sóbrios relacionados a degradação ambiental das águas do Distrito Federal.

Em relação a tipografia, as fontes escolhidas para serem trabalhadas em todo projeto gráfico foram a *Montserrat Alternates Regular*, *Montserrat* e a *Myriad Pro*. A *Montserrat Alternates Regular* é a fonte que acompanha a logo da revista compondo a logo marca e é indicada para títulos. As demais variações da família *Montserrat* e a *Myriad Pro* podem ser utilizadas para subtítulos, textos em caixa alta e artes no geral.

**Figura 13** - Fontes utilizadas na identidade visual da revista

**Montserrat Alternates Regular**

**Myriad Pro**

Fonte: Elaborado pela autora

Segundo Lucy Niemeyer (2001), uma família tipográfica pode ser definida como:

um conjunto de caracteres que guardam as mesmas características essenciais de seu desenho, independente do peso, da inclinação, e do corpo. A família é identificada por um nome, atribuído por seu autor, casa tipográfica ou distribuidora de fontes. (NIEMEYER, 2001, p. 36).

A escolha de uma fonte ou família para compor uma identidade visual deve levar em consideração a mídia onde o material gráfico será veiculado. Há uma grande diferença entre um projeto gráfico feito para o meio impresso e para o meio digital. Isso ocorre, principalmente, devido a uma questão física. Os meios impressos são superfícies físicas que refletem a luz. Já os meios digitais funcionam como irradiadores de luz. Essa diferença faz com que a mensagem possua efeitos distintos sob o olhar do leitor. Geralmente a leitura em telas de computador costuma ser mais lenta do que no papel (ibid 2001, p. 17).

Ainda segundo Niemeyer (2001, p. 77), a escolha tipográfica deve considerar o contexto tipográfico da época como um todo e chamar menos atenção do que ilustrações ou fotos. Buscar uma família de fontes que datam da época em que o projeto foi construído pode dar ao *layout* mais coerência e força expressiva.

Por isso, a família *Montserrat* foi escolhida para compor a logo e os principais títulos do projeto gráfico da revista @distrito.cerrado, uma vez que é uma fonte contemporânea e que, apesar de ter um estilo geográfico marcante, não possui mais destaque do que a logo concebida ou que as fotos escolhidas para ilustrar as reportagens. A família ainda oferece uma gama de variações estruturais, que vão desde versões bem sutis a versões com maior peso.

Criada pela designer Julieta Ulanovsky em 2012, a fonte foi inspirada no bairro homônimo, Montserrat, de Buenos Aires, na Argentina e classifica-se como uma fonte geométrica<sup>41</sup>. A inspiração partiu de cartazes e sinalizações antigas do bairro que resgatam a beleza da primeira metade do século XX e a mesclam com o design urbano da capital argentina da primeira década do século XXI. (ULANOVSKY, 2014)<sup>42</sup>

Já a *Myriad Pro* é uma família de fontes sem serifa de co-criação dos tipógrafos Carol Twobly e Robert Slimbach lançada em 1992 e faz parte do *The Adobe Originals*. O *Adobe Originals* é um programa da companhia *Adobe* que reúne designers para criar tipos e fontes

---

<sup>41</sup> As fontes classificadas como geométricas tem origem no movimento modernista, difundido em meados 1930. Com inspirações geométricas e racionalistas, são monolineares (sem contraste entre as hastes) e bem menos pesadas que fontes de famílias góticas, das quais derivam. (NIEMEYER, 2001, p. 48)

<sup>42</sup> ULANOVSKY, Julieta. **The Montserrat Typeface**. Kickstarted, 2014. Disponível em: <<https://www.kickstarter.com/projects/julietaulanovsky/the-montserrat-typeface>> Acesso em: 18/11/2019

exclusivas para a empresa. Seu design neutro abrange diversas variações, se adapta a diversos contextos e possui boa legibilidade. (MYRIAD Pro Release Notes. **Fonts**, c2000) <sup>43</sup>. Devido a essas características, a fonte foi a escolha para textos de apoio e citações no projeto gráfico da revista.

## **Etapa 11 - Produção das reportagens e planejamento de postagens**

Todas as reportagens foram produzidas tendo em mente as especificidades e ferramentas que o *Instagram* oferece. Desse modo, é preciso considerar que os conteúdos foram divulgados em três ferramentas e formatos diferentes:

1. ***Feed de publicações***: Neste espaço foi publicada a capa da revista e as bases para as reportagens. Cada reportagem é composta por um texto de apoio, publicado no espaço reservado geralmente para a legenda das fotos, e por um conjunto de fotos, artes, gráficos e vídeos publicados de forma concatenada, lembrando o passar de páginas de uma revista. Esse tipo de publicação pode ser feita através da opção *carrossel*, disponibilizada pelo *Instagram*, e que permite a publicação de até 10 fotos e/ou vídeos em uma única publicação.
2. ***IGTV***: os vídeos postados dentro do IGTV são exibidos em um formato próprio para *smartphone* e, diferente dos vídeos postados no *feed* de publicações, podem ter duração de até uma hora. Um vídeo longo pode ser postado no feed de publicações, mas só será exibido até 60 segundos. Após esse tempo, o usuário é redirecionado automaticamente para o IGTV da conta para acessar o restante do vídeo. No caso da @distrito.cerrado, esse espaço foi aproveitado para postagem de videorreportagens compostas de entrevistas, imagens de apoio e narrações em *off* sobre diversos assuntos ligados a primeira edição, como, por exemplo, a entrevista com representantes da CAESB sobre a poluição do Ribeirão Sobradinho.
3. ***Stories***: O espaço do *stories* tem como principal característica a possibilidade de postar fotos, vídeos e GIFs com um tempo máximo de 24 horas. Após esse período, a postagem deve ser salva no perfil ou, do contrário, será apagada automaticamente. Aqui foram postadas publicações chamando o usuário para conferir novos *posts* da

---

<sup>43</sup> MYRIAD Pro Release Notes. **Fonts**, c2000, Disponível em: <<https://cdnimg.fonts.net/CatalogImages/44/1257-Myriad%20Pro%20ReadMe.pdf>> Acesso em: 18/11/2019

revista e também o *clipping* semanal da revista, que traz *prints* de notícias ligadas ao meio ambiente na esfera local e nacional de diversos veículos.

As postagens foram planejadas para seguir uma ordem lógica e não necessariamente cronológica da apuração das informações. A primeira edição da revista foi composta por um total de 27 postagens. Abaixo, pode ser observado como foram planejadas as postagens em uma divisão por assuntos:

### **1. Posts 1 a 3**

Os primeiros três posts da revista trazem ao leitor um panorama inicial sobre o que seria uma revista para *Instagram*, uma vez que é algo que poucas pessoas estão familiarizadas. É informado também como a revista funciona, como está dividida e como navegar pelas diferentes seções da mídia. Um breve perfil sobre a revista e seus propósitos também é oferecido no terceiro *post*

Os *posts* são um convite para o internauta se aventurar em uma leitura rápida, porém relevante sobre sustentabilidade no Distrito Federal. As artes utilizadas consistem em *cards* com frases postadas em carrosséis em grupos de cinco, como pode ser observado abaixo.

### **2. Posts 4 a 12**

Estes *posts* correspondem a capa da revista. A capa foi elaborada em parceria e colaboração com o designer Nathália Delgado, bacharel em desenho industrial pela Universidade de Brasília e dividida em nove postagens, de modo que a imagem só pode ser vista completa quando o usuário acessa o perfil da revista no *Instagram*.

### **3. Posts 13 a 15**

Os *posts* de número 13 a 15 trazem ao leitor uma contextualização mais geral sobre o tema da primeira edição. Na postagem que corresponde ao número 13, é trazido o conceito de ribeirão e dados sobre as bacias hidrográficas do Distrito Federal. Já no décimo quarto *post*, o leitor pode se aprofundar na situação dos rios, ribeirões e córregos do Distrito Federal e como funciona o abastecimento de água e o saneamento básico na região.

O último *post* da série traz informações sobre o Ribeirão Sobradinho, estudos e níveis de poluição e sua classificação de acordo com o Conselho Nacional do Meio Ambiente (CONAMA).

#### **4. Posts 16 a 18**

Essa sequência de *posts* traz uma contextualização geral sobre o SOS Ribeirão, o que é a organização, há quanto tempo atua, quais são as principais reivindicações do grupo, relatos dos integrantes e ações realizadas, como as caminhadas mensais e palestras. Aqui foi postado a primeira videoreportagem da revista com as entrevistas de Raimundo Barbosa e José Leitão, presidente e participante do SOS Ribeirão, respectivamente. A reportagem também traz imagens e relatos capturados nas caminhadas realizadas pela ONG em setembro e outubro.

#### **5. Posts 19 a 21**

Os *posts* de 19 a 21 compreendem a problemática da poluição do Ribeirão Sobradinho do ponto de vista das instituições e órgãos públicos responsáveis pela fiscalização e regulação dos corpos hídricos do Distrito Federal. Nesse conjunto de *posts*, o leitor pode encontrar mais informações sobre o esgoto depositado no Ribeirão Sobradinho, a capacidade de tratamento da Estação de Tratamento (ETE) de Sobradinho e também as videoreportagens com os presidentes da CAESB, ADASA e do Comitê da Bacia Hidrográfica do Parnaíba do Distrito Federal.

#### **6. Posts de 22 a 24**

Aqui, o leitor encontra fotos e postagens sobre a atuação da educação ambiental no caso do Ribeirão Sobradinho. Nessas postagens, estudantes e professores da Faculdade de Comunicação e do Departamento de Engenharia Civil e Ambiental da Universidade de Brasília (UnB) unem esforços para auxiliar o SOS Ribeirão em sua luta para revitalizar o Ribeirão Sobradinho por meio de ações como oficinas de comunicação comunitária e um projeto que ensina moradores da região a medir alguns indicadores de poluição das águas do ribeirão.

#### **7. Posts de 25 a 27**

Finalizando a revista, os *posts* de 24 a 26 trazem a perspectiva da importância do esporte e do lazer na educação e na preservação ambiental. A sessão traz fotos, entrevistas e relatos de atletas que praticam a Corrida de Orientação, um esporte trazido para o Brasil pelos militares por volta de 1970. Os atletas utilizam um mapa topográfico e uma bússola para achar pontos de controle em uma região desconhecida para eles no menor tempo possível. A competição



mostrada na reportagem aconteceu próximo às margens do Ribeirão Sobradinho e, devido a poluição do curso d'água, os organizadores tiveram de alterar os percursos dos competidores para que não houvesse contato com as águas do ribeirão. Em outro contexto, o curso d'água poderia fazer parte do desafio e funcionar como um espaço de lazer para as famílias depois do evento.

## **Etapa 12 -Cronograma de postagem**

As postagens foram feitas em grupos de acordo com a divisão descrita por assuntos na *Etapa 11 - Produção das reportagens e planejamento de postagens*. A tabela abaixo mostra o cronograma detalhado:

**Tabela 4 - Cronograma de Postagens**

<b>Postagem</b>	<b>Dia</b>	<b>Horário</b>
Postagem 1	22/11/19	19:00
Postagem 2	23/11/19	19:00
Postagem 3	24/11/19	19:00
Postagem 4	28/11/19	8:00
Postagem 5	28/11/19	8:00
Postagem 6	28/11/19	8:00
Postagem 7	28/11/19	8:00
Postagem 8	28/11/19	8:00
Postagem 9	28/11/19	8:00
Postagem 10	28/11/19	8:00
Postagem 11	28/11/19	8:00
Postagem 12	28/11/19	8:00
Postagem 13	29/11/19	8:00

Postagem 14	29/11/19	14:00
Postagem 15	29/11/19	19:00
Postagem 16	30/11/19	8:00
Postagem 17	30/11/19	14:00
Postagem 18	30/11/19	19:00
Postagem 19	01/12/19	8:00
Postagem 20	01/12/19	14:00
Postagem 21	01/12/19	19:00
Postagem 22	02/12/19	8:00
Postagem 23	02/12/19	14:00
Postagem 24	02/12/19	19:00
Postagem 25	03/12/19	8:00
Postagem 26	03/12/19	14:00
Postagem 27	03/12/19	19:00
Clipping de Notícias N°1	29/11/19	18:00

Fonte: elaborado pela autora

### **Etapa 13 - Divulgação e Lançamento**

O pré-lançamento da revista foi feito no dia 22 de novembro de 2019, exibindo as primeiras postagens que explicam sobre o funcionamento e os objetivos da revista. Logo em seguida, a capa da primeira edição foi publicada na data de 28 de novembro de 2019, dia anterior da estreia oficial da revista. A data de lançamento foi escolhida para coincidir com o lançamento do *blog* oficial do SOS Ribeirão, feito pela graduanda de Jornalismo Neyrilene Raquel da Costa e com a inauguração de um espaço comunitário do SOS Ribeirão. Após essa data, de acordo com o planejamento de postagens, a revista postou todas as reportagens dentro de sete dias.

A divulgação do lançamento e das postagens da revista foi feita via um convite por *whatsapp* no Por um Ribeirão Vivo, grupo na rede social com todos os integrantes do SOS Ribeirão, e por meio de uma cerimônia de lançamento presencial junto a alguns membros da ONG, estudantes e professores da Faculdade de Comunicação (FAC) da UnB.

Além disso, a revista foi divulgada na conta do *Instagram* pessoal da autora, grupos de *whatsapp* diversos e também em páginas de *Facebook* que tratam sobre conservação ambiental no Distrito Federal e grupos de estudantes de comunicação.

## 7. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A revista @distrito.cerrado se propôs como uma tentativa de inovação para o jornalismo on-line. Por meio da utilização de conceitos clássicos do jornalismo como o valor-notícia, linguagem clara e objetiva e apuração, tentou-se manter a identificação com o gênero jornalístico adaptando seu formato para uma revista produzida inteiramente dentro de uma rede social: o *Instagram*.

A comunicação em redes traz desafios para o jornalismo no século XXI, acostumado a trabalhar com a materialidade dos impressos ou com a reprodução do conteúdo de outras plataformas nas redes sociais. O principal desafio da proposta talvez tenha sido adaptar a linguagem do *Instagram* para uma linguagem jornalística, sem se deixar influenciar demais por revistas de moda ou outros veículos de comunicação já presentes na rede que, por vezes, se preocupam mais com a parte estética e imagética do que necessariamente com a mensagem passada.

Outro objetivo que se tinha em mente alcançar era trazer a sustentabilidade como parte de um valor-convergente da revista, integrando temas de caráter ambiental dentro do escopo do jornalismo especializado. Explorando o valor-notícia da proximidade foi possível criar uma revista que dialogasse melhor com seus leitores e com seu local de moradia, trazendo as pautas de proteção ambiental para um contexto mais próximo. É importante ressaltar que para evocar ação por parte da população em temáticas relacionadas à proteção ambiental, trazer informações que dizem respeito ao local de moradia do público alvo é fundamental.

Uma das limitações da pesquisa foi a proposta inicial de um espaço para jornalismo colaborativo, convocando pessoas da região a enviarem vídeos curtos sobre o tema da edição. A ideia surge de questionamentos feitos por Rodrigo Martins Aragão no artigo “Usos Jornalísticos do *Instagram*: Aproximações a partir do JC Imagem” (2012), em que o autor questiona a estratégia de ocupação das redes sociais dos jornais mais tradicionais, que não permite uma maior participação do público-leitor.

Apesar da proximidade desenvolvida com os membros do SOS Ribeirão e da divulgação deste espaço nos grupos em comum no *whatsapp*, não houve engajamento por parte dos membros SOS Ribeirão em relação à proposta de enviar vídeos, fotos ou outros tipos de conteúdo de forma espontânea a revista. Um dos fatores que talvez possa explicar o baixo engajamento com a proposta seja a idade dos integrantes da organização.

De modo geral, a maior parte das pessoas que fazem parte da ONG estão acima dos 50 anos de idade, fator apontado por José Leitão, integrante do movimento, durante uma palestra realizada durante uma das caminhadas promovidas pela organização. Essa faixa etária possui, de maneira geral, menor índice de familiaridade com as redes sociais devido ao fato de esse ser um fenômeno recente, que surge a partir da primeira década do século XXI.

Possíveis desdobramentos do trabalho incluem a produção de novas edições da revista abordando assuntos como a gestão de resíduos sólidos no Distrito Federal, a condição dos catadores na região, a preservação do cerrado, entre outros. Também é interessante propor uma análise futura das métricas a fim de avaliar o engajamento dos usuários do *Instagram* frente a uma nova plataforma de jornalismo na rede.

Para isso, é possível propor uma pesquisa de recepção do público acerca do formato da revista. A pesquisa pode ser realizada dentro do próprio *Instagram*, uma vez que a rede social possui um recurso de questionário no espaço dos *stories* em que o usuário pode realizar perguntas com duas opções de resposta. Após o término do questionário, que possui um tempo limite de 24 horas, o *Instagram* informa o percentual de escolha de cada opção oferecida e também quem participou da votação.

Assim, a revista @distrito.cerrado trouxe uma nova proposta para a utilização das redes sociais pelo jornalismo, apresentando um formato multimídia que reaproveita uma plataforma já existente e familiar ao público-leitor. Dentro do contexto de avanço das redes sociais e diminuição das verbas publicitárias nas redações de jornal, soluções que explorem alternativas mais criativas para inovação do jornalismo tradicional não são apenas bem-vindas, como necessárias.

Além disso, este trabalho também se propõe como uma forma de explorar, de maneira prática, a possibilidade de expansão do valor-notícia do jornalismo para abarcar temas de interesse público de forma satisfatória na mídia.

É papel do comunicador ser capaz de olhar para seu tempo e ser contemporâneo: as soluções dadas no passado não necessariamente se aplicam ao presente. A comunicação pode servir como ferramenta de mudança social, desde que pensada para tal.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABREU, Gabriela Xavier de; FÉLIX, Joana d'Arc Bicalho. **O meio ambiente na mídia - um estudo de caso do jornal de maior circulação de Brasília.** Universitas: Archit. e Comun. Social, Brasília, v. 5n. 1/2, p. 51-68, jan./dez. 2008.

ADOÇÃO do Acordo do Paris. **Nações Unidas Brasil.** Paris, 2015. Disponível em: <<https://nacoesunidas.org/acordodeparis/>> Acesso em 24/10/2019

A AGENDA 2030 para o Desenvolvimento Sustentável. **Plataforma AGENDA 2030.** Disponível em: <<http://www.agenda2030.com.br/sobre/>> Acesso em 24/10/2019

ARAGÃO, Rodrigo Martins. **Usos Jornalísticos do Instagram: Aproximações a partir do JC Imagem.** XIV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste - Recife - PE - 14 a 16/06/2012. Disponível em: <<http://portalintercom.org.br/anais/nordeste2013/resumos/R37-0922-1.pdf>> Acesso em: 24/11/2019

BARROS, Luiza, 2018. Entenda a custa história do Instagram, comprado pelo facebook. **O Globo,** Rio de Janeiro, 08 de setembro de 2018. Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/cultura/revista-da-tv/entenda-como-kylie-jenner-se-tornou-mais-rica-das-irmas-kardashian-23050325>> Acesso em 21/11/2019

BBC Brasil. **O que as queimadas na Amazônia têm a ver com a economia e por que as eras Dilma e Bolsonaro fogem à regra.** reportagem de 14/09/2019. Disponível em: <<https://www.bbc.com/portuguese/brasil-49683787>> Acesso em 14/09/2019.

BELTRAND, Marcello Vernet de (Org.). **Manual de Comunicação e Meio Ambiente.** São Paulo: Peirópolis, 2004.

BRANDALISE, Vitor Hugo. O que as queimadas na Amazônia têm a ver com a economia e por que as eras Dilma e Bolsonaro fogem à regra. **BBC News Brasil,** São Paulo, 14 setembro 2019. Disponível em: <<https://www.bbc.com/portuguese/brasil-49683787>> Acesso em 14/03/2019

BRINKHURST-CUFF, Charlie. FKA twigs on launching an Instagram mag called AVANTgarden. **DAZED**. 13 de outubro de 2017. Disponível em: <<https://www.dazeddigital.com/music/article/37753/1/fka-twigs-on-launching-an-instagram-mag-called-avantgarden>> Acessada em: 14/10/2019

CONHEÇA um pouco sobre Corrida de Orientação, esporte 'novo' na Paraíba. **Globo Esporte**. João Pessoa, 19 de fevereiro de 2012. Disponível em: <http://globoesporte.globo.com/pb/noticia/2012/02/conheca-um-pouco-sobre-corrída-de-orientacao-esporte-novo-na-paraiba.html> Acesso em: 24/11/2019

DMETERKO, Antonio. Histórico da Orientação Brasileira. **Confederação Brasileira de Orientação**. 2017. Disponível em: <<https://www.cbo.org.br/assets/gerenciador/CBO/Secretaria/Hist%C3%B3rico%20e%20Orga%20nograma%20Institucional/Hist%C3%B3rico%20CBO%202017.pdf>> Acesso em: 24/11/2019

ENTENDA a curta história do Instagram, comprado pelo Facebook. **G1**, 2012. Disponível em: <<http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2012/04/entenda-curta-historia-do-instagram-comprado-pelo-facebook.html>> Acesso em 21/11/2019

ESPÉCIES de Ipê: conheça todos os tipos e cores. Instituto Brasileiro de Florestas [s.d.] Disponível em: <<https://www.ibflorestas.org.br/conteudo/especies-de-ipe-conheca-todos-os-tipos-e-cores>> Acesso em 17/11/2019).

ESTEVES, Rodrigo. **O brainstorm eficaz: como gerar ideias com mais eficiência**. São Paulo: Dash, 2017

FARINA, Modesto; PEREZ, Clotilde; BASTOS, Dorinho. **Psicodinâmica das Cores em Comunicação**. São Paulo: Edgard Blücher, 2006

FEDERAL. Secretaria de Estado do Meio Ambiente do Distrito (Sema-DF), Mapa Hidrográfico do Distrito Federal, 2016, pág. 2. Disponível em: <<http://www.sema.df.gov.br/mapa-hidrografico-do-df/>> Acesso em 24/11/2019

GOVERNO DO DISTRITO FEDERAL. **História. Brasília a cidade-sonho**, [s.d]. Página Sobre Brasília. Disponível em: <<http://www.df.gov.br/historia/>> Acesso em: 02/11/2019

HISTÓRIA. Brasília a cidade-sonho, [s.d]. **Governo do Distrito Federal**. Página Sobre Brasília. Disponível em: <<http://www.df.gov.br/historia/>> Acesso em: 02/11/2019

LOOSE, Eloisa Beling; CAMANA, Ângela. Reflexões sobre o papel do Jornalismo Ambiental diante dos riscos da sociedade contemporânea. **Observatorio (OBS\*) Journal**, Lisboa, vol.9 - nº2 (2015), p.119-132, 2015

**Mapa Hidrográfico do Distrito Federal 2016** Disponível em: <<http://www.sema.df.gov.br/mapa-hidrografico-do-df/>> Acessado em 20/11/2019

MARQUES, Marília. Dois anos após o início do racionamento no DF Descoberto opera com 100% nesta quarta. **G1 DF**, Brasília, 6 de jan. de 2019. Disponível em: <<https://g1.globo.com/df/distrito-federal/noticia/2019/01/16/dois-anos-apos-inicio-do-rationamento-no-df-descoberto-opera-com-100-nesta-quarta.ghtml>> Acesso em: 09/11/2019

MAURÍCIO, Patrícia; GEROLIS, Bruna; MEDEIROS, Maria Gabriela. **Influenciadores Digitais Como Parte da Disrupção do Modelo de Negócios do Jornalismo**. Curitiba-PR: 40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – 04 a 09/09/2017. Disponível em <<http://portalintercom.org.br/anais/nacional2017/resumos/R12-0502-1.pdf>> Acesso em 19/11/2019.

MCDONOUGH, William; BRAUNGART, Michael. **Cradle to Cradle: Remaking the Way We Make Things**. New York: North Point Press, 2002

MINISTÉRIO DO MEIO AMBIENTE. **O Bioma Cerrado**, [s.d] Página Cerrado. Disponível em: <<https://www.mma.gov.br/biomas/cerrado>>. Acessado em 09/10/2019

MIRANDA, Adriano. **Estratégias do Olhar fotográfico: teoria e prática da linguagem visual**. São Paulo: Paulus, 2015. Col. cadernos de comunicação.

MOURA, Dione. Jornalismo e a transversalidade da pauta socioambiental. **Revista PJ:Br - Jornalismo Brasileiro**, São Paulo, Novembro 2011

MUNCK, Luciano; OLIVEIRA, Flávio Augusto Cella-de; BANSI, Ana Claudia. Ecoeficiência: Uma análise das metodologias de mensuração e seus respectivos indicadores. **RGSA – Revista de Gestão Social e Ambiental**, São Paulo, v. 5, n. 3, p. 183-199, set. /dez. 2011.



MUNIZ, Cristal **Vida sem lixo – Guia para reduzir o desperdício na sua casa e simplificar a vida.** São Paulo: Editora Alaúde, 2018

MYRIAD Pro Release Notes. **Fonts**, c2000, Disponível em: <<https://cdnimg.fonts.net/CatalogImages/44/1257-Myriad%20Pro%20ReadMe.pdf>> Acesso em: 18/11/2019

NIEMEYER, Lucy. **Tipografia: uma apresentação.** Rio de Janeiro, 2AB Editora LTDA, 2000

O BIOMA Cerrado, **Ministério do Meio Ambiente** [s.d] Página Cerrado. Disponível em: <<https://www.mma.gov.br/biomas/cerrado>> Acesso em 09/10/2019

OLIVEIRA, Daniel Gonçalves de. **Jornalismo para além do valor-notícia: o valor-convergente como modelo para selecionar e inserir temas sociais na mídia.** 2008. 215 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) -Universidade de Brasília, Brasília, 2008.

ORGANIZAÇÕES DAS NAÇÕES UNIDAS (ONU). **Plataforma Agenda 2030.** Disponível em: <<http://www.agenda2030.com.br/sobre/>> Acessado em 24/10/2019. Site eletrônico

**Acordo de Paris sobre o clima.** Disponível em: <<https://nacoesunidas.org/acordodeparis/>> Acessado em 24/10/2019. Site eletrônico.

PEIXOTO, Filipe; PORCELLO, Flávio. **Quando o repórter aparece na TV: o corpo e a voz da notícia no telejornalismo.** Estudos em Comunicação nº 22, 123-164, 2016 Disponível em: <<http://www.ec.ubi.pt/ec/22/pdf/ec-22-07.pdf>> Acesso em: 24/11/2019

PIZA, Mariana Vassallo. **O Fenômeno Instagram: considerações sob a perspectiva tecnológica.** 2012. 48 f. (Trabalho de Conclusão de Curso em Ciências Sociais). Orientador Michelangelo Giotto Santoro Trigueiro. Departamento de Sociologia, Universidade de Brasília, 2012.

RESK, Felipe. **Brasil tem mais de 83 mil km de rios poluídos, aponta agência. O Estado de S. Paulo.** São Paulo. 09 de outubro de 2019

Disponível em: <<https://sustentabilidade.estadao.com.br/noticias/geral,brasil-tem-mais-de-83-mil-km-de-rios-poluidos-aponta-agencia-nacional,70003042816>> Acesso em 17/11/2019

SALLES, Filipe. **Apostila de Fotografia**, 2008. Disponível em: <<http://mnemocine.com.br/download/apostfoto1.pdf>> Acesso em: 24/11/2019

SANTOS, Marcos Antonio dos. **Brasília, o Lago Paranoá e o Tombamento: Natureza e especulação na cidade modernista**. 2008. 259 f. Dissertação (Mestrado em Arquitetura e Urbanismo) - Escola de Engenharia de São Carlos, Universidade de São Paulo, São Carlos -SP, 2008.

THE online attack. **The Economist**, 27 de abr. de 2005. Disponível em: <<https://www.economist.com/unknown/2005/04/27/the-online-ad-attack> > Acesso em: 16/11/2019

TRIGUEIRO, et al. **Manual de Comunicação e Meio Ambiente**. São Paulo, Câmara Brasileira do Livro, São Paulo, 2004

ULANOVSKY, Julieta. **The Montserrat Typeface**. Kickstarted, 2014. Disponível em: <<https://www.kickstarter.com/projects/julietaulanovsky/the-montserrat-typeface>> Acesso em: 18/11/2019

WFP - WORLD FOOD PROGRAMME. **Hunger Map 2017**. Disponível em: <[https://docs.wfp.org/api/documents/WFP-0000071530/download/?\\_ga=2.202536345.949904825.1542493369-312374676.1542493369](https://docs.wfp.org/api/documents/WFP-0000071530/download/?_ga=2.202536345.949904825.1542493369-312374676.1542493369)> Acessado em 06/12/2018.

WOLF, Mauro. **Teorias das comunicações de massa**. São Paulo: Martins Fontes, 2003. Col. leitura e crítica.

ZAMAN, Atiq Uz; LEHMANN, Steffen **Urban Growth and Waste Management Optimization towards ‘zero waste city’** Australia City, Culture and Society 2 (2011) 177–187

ZERO Waste Definition. **Zero Waste International Alliance**. 2018 Disponível em: <http://zwia.org/zero-waste-definition/> Acesso em: 11/10/2019

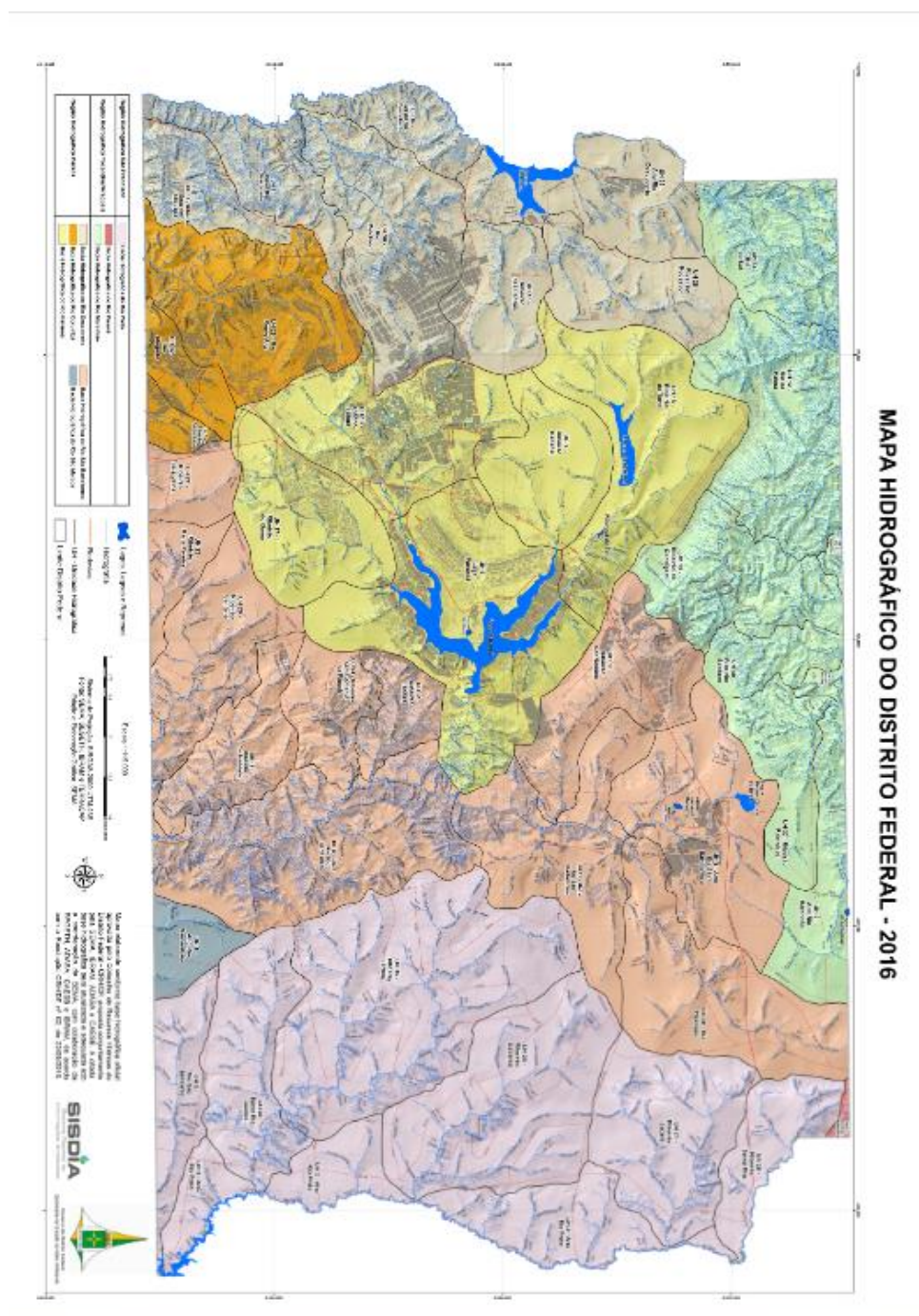
ZORZIN, Fabielle Melissa; RAMALHO, Walter Massar; CARNEIRO; Fernando Ferreira; et. al. **Análise da qualidade da água do Ribeirão Sobradinho – contaminação ambiental e qualidade de vida, Distrito Federal**, 2011. Revista Tempus - Actas de Saúde Coletiva, Brasília, v. 5, n. 4 p. 107-118. 2011



## 8. ANEXOS


### Anexo I - Mapa Hidrográfico do Distrito Federal<sup>44</sup>

Frente do mapa



<sup>44</sup> O Mapa pode ser baixado e acessado na íntegra. Disponível em: <<http://www.sema.df.gov.br/mapa-hidrografico-do-df/>> Acessado em 12/11/2019

## MAPA HIDROGRÁFICO DO DISTRITO FEDERAL | 2016



**Sumário de Estado de São Paulo**

**A** São Paulo é o Estado de maior extensão territorial do Brasil, com 657 mil km² de área total, sendo que 478 mil km² são terras emersas e 179 mil km² são águas. Possui o maior número de municípios do Brasil, com 645 em sua composição. Sua população total é de 45 milhões de habitantes, sendo que 20 milhões vivem na Região Metropolitana de São Paulo (RMSP). O Estado é o maior produtor de cana-de-açúcar do Brasil e o maior produtor de café do mundo. Possui o maior PIB do Brasil, com 1,2 trilhão de reais em 2015. É o maior Estado do Brasil em termos de área territorial e população.

**Divisão Política e Seta Azul**

O Estado de São Paulo é dividido em 645 municípios, sendo que 645 municípios são considerados municípios de primeira ordem. A Seta Azul é um símbolo que indica os municípios de primeira ordem. A Seta Azul é um símbolo que indica os municípios de primeira ordem.

**Mapa Hidrográfico do Distrito Federal**

O mapa hidrográfico do Distrito Federal apresenta a rede hidrográfica do Estado de São Paulo, com destaque para o Distrito Federal. O mapa mostra a rede hidrográfica do Estado de São Paulo, com destaque para o Distrito Federal. O mapa mostra a rede hidrográfica do Estado de São Paulo, com destaque para o Distrito Federal.

**Legenda**

O mapa hidrográfico do Distrito Federal apresenta a rede hidrográfica do Estado de São Paulo, com destaque para o Distrito Federal. O mapa mostra a rede hidrográfica do Estado de São Paulo, com destaque para o Distrito Federal.

**Índice**

O mapa hidrográfico do Distrito Federal apresenta a rede hidrográfica do Estado de São Paulo, com destaque para o Distrito Federal. O mapa mostra a rede hidrográfica do Estado de São Paulo, com destaque para o Distrito Federal.

**Mapa Hidrográfico do Distrito Federal**

O mapa hidrográfico do Distrito Federal apresenta a rede hidrográfica do Estado de São Paulo, com destaque para o Distrito Federal. O mapa mostra a rede hidrográfica do Estado de São Paulo, com destaque para o Distrito Federal.

**Legenda**

O mapa hidrográfico do Distrito Federal apresenta a rede hidrográfica do Estado de São Paulo, com destaque para o Distrito Federal. O mapa mostra a rede hidrográfica do Estado de São Paulo, com destaque para o Distrito Federal.

**Índice**

O mapa hidrográfico do Distrito Federal apresenta a rede hidrográfica do Estado de São Paulo, com destaque para o Distrito Federal. O mapa mostra a rede hidrográfica do Estado de São Paulo, com destaque para o Distrito Federal.

**Mapa Hidrográfico do Distrito Federal**

O mapa hidrográfico do Distrito Federal apresenta a rede hidrográfica do Estado de São Paulo, com destaque para o Distrito Federal. O mapa mostra a rede hidrográfica do Estado de São Paulo, com destaque para o Distrito Federal.

## 9. APÊNDICES

### Apêndice A - Análise de dados da página do *Facebook* do Repórter Brasil

Nesta análise, foram coletados dados de engajamento de postagens feitas no período entre os dias cinco e onze de outubro de 2019 da página oficial no *Facebook* do jornal Repórter Brasil. Para esse breve estudo, foi escolhido analisar somente o número de curtidas e compartilhamentos de cada postagem, desconsiderando comentários, uma vez que o número de comentários pelo total de postagens era muito baixo.

O objetivo da coleta desses dados é averiguar o engajamento do público com as postagens da página e se a estratégia utilizada para divulgação do jornal dentro do *Facebook* está sendo eficiente ou não. A página publica cerca de seis postagens por dia e, geralmente, replica reportagens transmitidas no jornal nas redes.

Com o número de curtidas, compartilhamentos e postagens durante uma semana foi possível obter a média de curtidas e compartilhamentos por postagem levando em consideração o número total de curtidas da página. Veja abaixo as tabelas que mostram a coleta desses dados:

	Dia	10/5/2019
Postagem 1	curtidas	11
	compartilhamentos	4
Postagem 2	curtidas	10
	compartilhamentos	3
Postagem 3	curtidas	9
	compartilhamentos	4
Postagem 4	curtidas	10
	compartilhamentos	1
Postagem 5	curtidas	0
	compartilhamentos	0
Postagem 6	curtidas	0
	compartilhamentos	0
Total	curtidas	40
	compartilhamentos	12

Média de engajamento por postagem por dia	curtidas	6.666666667
	compartilhamentos	1.714285714

	Dia	10/6/2019
Postagem 1	curtidas	17
	compartilhamentos	5
Postagem 2	curtidas	12
	compartilhamentos	1
Postagem 3	curtidas	6
	compartilhamentos	0
Postagem 4	curtidas	0
	compartilhamentos	0
Postagem 5	curtidas	0
	compartilhamentos	0
Postagem 6	curtidas	0
	compartilhamentos	0
Total	curtidas	35
	compartilhamentos	6
Média de engajamento por postagem por dia	curtidas	5.833333333
	compartilhamentos	1

	Dia	10/7/2019
Postagem 1	curtidas	13
	compartilhamentos	1
Postagem 2	curtidas	6
	compartilhamentos	1
Postagem 3	curtidas	22
	compartilhamentos	2
Postagem 4	curtidas	24
	compartilhamentos	6
Postagem 5	curtidas	12
	compartilhamentos	2
Postagem 6	curtidas	6
	compartilhamentos	2
Total	curtidas	71
	compartilhamentos	14

Média de engajamento por postagem por dia	curtidas	13.83333333
	compartilhamentos	2.33333333

	Dia	10/8/2019
Postagem 1	curtidas	9
	compartilhamentos	0
Postagem 2	curtidas	6
	compartilhamentos	2
Postagem 3	curtidas	5
	compartilhamentos	0
Postagem 4	curtidas	35
	compartilhamentos	6
Postagem 5	curtidas	6
	compartilhamentos	1
Postagem 6	curtidas	6
	compartilhamentos	1
Total	curtidas	67
	compartilhamentos	10
Média de engajamento por postagem por dia	curtidas	10.33333333
	compartilhamentos	1.66666667

	Dia	10/9/2019
Postagem 1	curtidas	11
	compartilhamentos	1
Postagem 2	curtidas	6
	compartilhamentos	1
Postagem 3	curtidas	17
	compartilhamentos	5
Postagem 4	curtidas	33
	compartilhamentos	12
Postagem 5	curtidas	19
	compartilhamentos	10
Postagem 6	curtidas	5
	compartilhamentos	2
Total	curtidas	91
	compartilhamentos	31



Média de engajamento por postagem por dia	curtidas	15.16666667
	compartilhamentos	5.166666667

	Dia	10/10/2019
Postagem 1	curtidas	9
	compartilhamentos	11
Postagem 2	curtidas	5
	compartilhamentos	2
Postagem 3	curtidas	16
	compartilhamentos	4
Postagem 4	curtidas	12
	compartilhamentos	2
Postagem 5	curtidas	19
	compartilhamentos	6
Postagem 6	curtidas	5
	compartilhamentos	1
Total	curtidas	66
	compartilhamentos	26
Média de engajamento por postagem por dia	curtidas	11
	compartilhamentos	4.333333333

	Dia	10/11/2019
Postagem 1	curtidas	7
	compartilhamentos	2
Postagem 2	curtidas	7
	compartilhamentos	2
Postagem 3	curtidas	11
	compartilhamentos	4
Postagem 4	curtidas	10
	compartilhamentos	2
Postagem 5	curtidas	22
	compartilhamentos	2
Postagem 6	curtidas	0
	compartilhamentos	0
Total	curtidas	57
	compartilhamentos	12

Média de engajamento por postagem por dia	curtidas	9.5
	compartilhamentos	2

Média Total de engajamento por postagem	
Curtidas	Compartilhamentos
10.16	2.64

A partir desses resultados é possível concluir que a estratégia adotada pelo Repórter Brasil para suas redes sociais é, em grande parte, ineficiente. A página possui um total de 99.686 curtidas. Considerando esses números, as postagens da página poderiam ter muito mais engajamento por postagem.

## **Apêndice B - Pauta da reportagem sobre a poluição do rio Ribeirão Sobradinho**

**Data:** 24/10/2019

**Repórteres:** Ana Cláudia Mascarenhas e Neyrilene Costa

**Veículos:** Blog SOS Ribeirão e revista para instagram @distrito.cerrado

**Tema:** De onde vem a poluição do rio Ribeirão Sobradinho?

### **Histórico/Sinopse**

O Ribeirão Sobradinho é um ribeirão, curso de água maior do que um córrego, porém menor do que um rio, que se localiza na porção centro-norte do Distrito Federal e possui uma área de drenagem de 144 km<sup>2</sup>. Diversas nascentes contribuem para o aumento da vazão na sua calha principal, que contorna a cidade de Sobradinho. Ao longo de seu caminho, até encontrar o rio São Bartolomeu, o Ribeirão Sobradinho sofre diversos tipos de impactos ambientais, em função de ações antrópicas.

Desde 2010, a ONG SOS Ribeirão luta para conseguir a revitalização do rio, que se encontra poluído e impróprio para uso humano. Um estudo da Universidade de Brasília (UnB), apontou em 2011 que a água do rio possui qualidade insatisfatória para aproveitamento humano, mesmo para recreação, irrigação e abastecimento para consumo humano após tratamento convencional.

### **Enfoque/Encaminhamento**

Pretendemos realizar uma reportagem que investigue qual a origem da poluição do Ribeirão Sobradinho e os principais responsáveis dentro do governo pela fiscalização e revitalização do rio. Levantaremos questões como dados e análises feitas da água do rio bem como a capacidade de tratamento de esgoto da região, a fim de entender o que pode ser feito para reverter a situação. Além disso, abordaremos a perspectiva da ONG SOS Ribeirão sobre o problema e suas propostas de solução e responsabilização.

## Entrevista Caesb

**Entrevistados:** Ana Maria Mota - *superintendente de operação e tratamento de esgotos da CAESB*

Vladimir Puntel - *assessor de Meio Ambiente e Recursos Hídricos da CAESB*

1. Quantos litros de esgoto é jogado no Ribeirão Sobradinho por dia?"
2. Tudo o que é jogado (no Ribeirão Sobradinho) é tratado?
3. Quando se chega perto do rio dá para sentir um odor desagradável e ver espuma e alguns resíduos na água. O esgoto, após tratado pela CAESB e despejado no Ribeirão, deveria ainda permitir que a água seja própria para uso recreativo?
4. Quem é o órgão responsável pela fiscalização de depósito irregular de esgoto nesse caso? Há um monitoramento da qualidade da água?
5. Alguns moradores alegam que o Ribeirão está sendo poluído, pois esgoto não tratado seria depositado no rio, uma vez que o planejamento da Estação de Tratamento de Esgoto (ETE) de Sobradinho era para uma população menor. Após a ampliação, quantos habitantes a ETE consegue atender hoje?
6. De acordo com a Urbanizadora Paranoazinho S/A (UPSA), a Estação de Tratamento de Esgotos de Sobradinho foi projetada para atender uma população de 40 mil habitantes, com capacidade média de 86 litros por segundo (l/s). A atual vazão da ETE de Sobradinho é 353 l/s. Essa informação está atualizada?
7. Caso sim, é suficiente para atender os 145.651 habitantes de Sobradinho e Sobradinho II? (Dados obtidos da Pesquisa Distrital por Amostra de Domicílios - PDAD 2018 realizada pela CODEPLAN)
8. Quando foi feita a ampliação da ETE que atende a região?
9. O governador Ibaneis assinou recentemente um decreto que autoriza o plano de urbanização da nova cidade Urbitá, que será construída próximo a Sobradinho. Como será o escoamento e o tratamento do esgoto dessa cidade? A ETE de Sobradinho será responsável por esse tratamento? Existe um plano de ação para evitar que os rejeitos poluam nascentes próximas à cidade?

10. Onde será feito o escoamento do esgoto tratado de Urbitá? Caso vá para o Ribeirão Sobradinho, como evitar aumentar os índices de poluição do rio?
11. O que vocês podem fazer em relação ao esgoto que vai parar no Ribeirão de forma irregular? Quem é responsável pela fiscalização? De quem é o dever/ a responsabilidade?
12. Fizeram algum estudo de contaminação da água recente? (Citar o estudo feito pela UnB em 2011)

Link: <http://www.upsa.com.br/2012/11/28/ete-de-sobradinho-passa-por-ampliacao-para-atender-condominios-da-regiao/>

## **FONTES**

**Ana Maria Mota** - *superintendente de operação e tratamento de esgotos da CAESB*

**Vladimir Puntel** - *assessor de Meio Ambiente e Recursos Hídricos da CAESB*

**Dr. Paulo Salles** - *diretor/presidente da ADASA*

**Artigo Análise da qualidade da água do Ribeirão Sobradinho - contaminação ambiental e qualidade de vida, Distrito Federal, 2011**

**Pesquisa Distrital por Amostra de Domicílios (PDAD - 2018)**