



**SOCIEDADE
CRISE E RECONFIGURAÇÕES**

VII CONGRESSO PORTUGUÊS DE SOCIOLOGIA

19 a 22 Junho 2012

Universidade do Porto - Faculdade de Letras - Faculdade de Psicologia e Ciências da Educação

ÁREA TEMÁTICA: "Ambiente e Sociedade"

"A REVISTA OZONO, CAMADA A CAMADA"

TEIXEIRA , "Luís Humberto"

"Mestre em Política Comparada"

"ICS - UL"

lhpfteixeira@gmail.com

FREITAS , "Helena de Sousa"

"Doutoranda em Ciências da Comunicação"

"ISCTE - IUL"

helena@jornalismo-literatura.com

Resumo

Entre Outubro de 2000 e Fevereiro de 2003 foram publicados 18 números da *Ozono – Revista de Ecologia, Sociedade e Conservação da Natureza*. Dirigida por Paulo Trancoso, ecologista politicamente empenhado e dirigente do Partido da Terra (MPT), a revista era impressa com tintas vegetais em papel reciclado e, ao longo de toda a sua publicação, foi acompanhada de cassetes de vídeo alusivas a temas ambientais, aproveitando o facto de a proprietária do título ser a distribuidora Costa do Castelo Filmes. Nesta comunicação, propomo-nos abordar as várias camadas da revista, da capa, que destacava a “melhor ilustração portuguesa”, à contracapa, que ora acolhia publicidade própria ou de anunciantes, ora incluía referências a campanhas cívicas. Dessa abordagem constará a análise dos seguintes tópicos: a rubrica editorial “O Buraco da Ozono”; a opção da revista por um jornalismo “ambientalmente comprometido”; as escolhas temáticas e ângulos de abordagem dos vários artigos; a diversidade de colaboradores e colunistas; a parceria com revistas de referência estrangeiras, como a *The Ecologist*, a *World Watch* e a *Integral*; as opções de design; a interacção com os leitores; e as limitações comerciais auto-impostas por motivos de coerência filosófica (ou seja, a selecção da publicidade com vista a incluir apenas anunciantes “amigos do ambiente”). Não serão esquecidas questões relacionadas com a gestão do produto, como a tiragem, a colocação da revista em banca, a gestão da relação com os assinantes e a promoção da revista com vista à captação de um público mais alargado.

Abstract

Between October 2000 and February 2003, 18 issues of *Ozono – Revista de Ecologia, Sociedade e Conservação da Natureza* were published. Directed by Paulo Trancoso, a politically engaged environmentalist and officer at the Earth Party (MPT), the magazine was printed using vegetable inks on recycled paper and, throughout its existence, was accompanied by videotapes featuring environmental issues, leveraging the fact that the title owner was film distributor Costa do Castelo Filmes. In this article, we propose to approach the several layers of the magazine, from the front cover, highlighting “the best Portuguese illustration”, to the back cover, that featured commercial or own advertising, or mentioned civic campaigns. The approach will consist on the analysis of the following topics: the editorial “O Buraco da Ozono”; the magazine’s adherence to an “environmentally committed” journalism; the choice of themes and points of view of the articles; the diversity of collaborators and columnists; the partnership with prestigious foreign magazines, like *The Ecologist*, *World Watch* and *Integral*; the design options; the interaction with readers; the self-imposed commercial limitations for philosophical coherence (i.e., selecting ads in order to include only those that we “environmentally friendly”). Issues related to the management of the product, such as the drawing, the placement on news stands, the relationship with readers and the promotion to reach a wider audience will not be forgotten. We will seek to obtain an image as complete as possible of the project and understand the reasons that made it economically unsustainable. By this, we hope to contribute to a deeper knowledge of an editorial venture that marked the beginning of the 21st century in the niche of Portuguese publications specialized on environmental issues.

Palavras-chave: "Media; imprensa alternativa; ecologia; ambientalismo"

Keywords: "Media; alternative press; ecology; environmentalism"

1. Introdução e metodologia

As publicações portuguesas dedicadas à ecologia e à conservação da Natureza que surgiram a partir dos anos 90 com venda em banca e destinadas ao grande público – nisso se diferenciando das inúmeras, e perfeitamente válidas, pequenas edições de cariz associativo – foram fechando portas gradualmente na primeira década deste século, num incontestável sinal de efemeridade.

Pensamos nas revistas Fórum Ambiente, publicada entre Abril de 1994 e Janeiro de 2003, na Ozono, difundida entre Outubro de 2000 e Fevereiro de 2003, ou na Ambiente 21, que surgiu em Outubro de 2001 e subsistiu três exactos anos. Excluímos, neste contexto, o jornal Água & Ambiente, que teve um início discreto, em Dezembro de 1998, e se mantém em algumas bancas, afecto a um nicho específico: os negócios do ambiente em torno da água, dos resíduos e da energia.

De entre as publicações mencionadas, é detectável uma atitude mais militante na Fórum Ambiente e na Ozono, a segunda idealizada por Paulo Trancoso, produtor cinematográfico e membro do Partido da Terra, como reacção ao que entendia ser o renunciar da Fórum Ambiente à sua filosofia original (Freitas, 2007, p. 32): “*A Fórum estava a ficar muito permissiva a determinados artigos, a caminhar para a publireportagem, o que eu não considerava ético*”.

O caminho que a Ozono – Revista de Ecologia, Sociedade e Conservação da Natureza pretendia trilhar não se afiguraria, contudo, fácil, e a publicação cedo sentiu os custos da coerência ambiental, tornando-se um interessante caso de estudo, quer pela assumida linha activista, quer pelos critérios seguidos para a inserção de publicidade, que, de tão rigorosos, acabariam por conduzi-la ao limiar da sobrevivência.

Para conceber o plano de abordagem ao estudo, camada a camada, dos 18 números da Ozono, adoptámos os conselhos de Philip Rayner e Peter Wall (2008), segundo os quais a análise de revistas deve incidir sobre aspectos como o título da publicação, a editora, o público-alvo, a capa, o grafismo, o estilo em que a revista se dirige aos leitores, os anúncios que contém, os retratos que transmite, como se diferencia no mercado, ou os valores ou ideologias nela implícitos.

Na dissecação que se inicia em seguida, adaptada à realidade da Ozono, procurou-se conciliar a análise de vários dos aspectos assinalados com conceitos como activismo ou jornalismo militante.

2. Título, capas e suplementos

No caso em apreço, o nome da revista remete-nos para um gás que existe maioritariamente na estratosfera, contribuindo significativamente para absorver os raios ultravioleta emitidos pelo Sol, assim permitindo a existência de vida na Terra. Descoberta em 1913 pelos físicos franceses Charles Fabry e Henri Buisson, a protecção natural designada por “camada de ozono” começou a ser conhecida do grande público na década de 1970 e tornou-se candente na década de 1980, “*quando a Humanidade acordou para a evidência de que estava a destruir o escudo protector da Terra*” (Garcia, 2004, p. 286).

Perante a preocupação da opinião pública, decisores políticos mundiais assinaram, em 1987, o Protocolo de Montreal, a que se seguiram vários acordos para reforçar a proibição de uso dos principais gases responsáveis pelo “buraco na camada de ozono”. Segundo Ricardo Garcia (2004, pp. 286-287), mesmo com o actual controlo das emissões, a presença destes gases na estratosfera, resultante de emissões antigas, faz com que apenas por 2050 tenhamos o planeta livre do problema.

O título da publicação remete-nos, portanto, para um problema ambiental que estará a caminho da resolução mas cuja gravidade não pode ser escamoteada, como, aliás, se deduz do editorial de Paulo Trancoso na primeira edição, em que assinala que “*o buraco do ozono atingiu recentemente (NASA, 3 de Setembro [2000]) a dimensão recorde de 28,3 milhões de km²*”.

Nesse mesmo texto, Paulo Trancoso destaca que a revista é impressa em papel reciclado com tintas vegetais e tem a “*intervenção obrigatória da melhor ilustração portuguesa*”, algo que se verificou ao longo de toda a sua existência: Júlio Vanzeler assinou dois terços das capas, cabendo as restantes a Nuno Saraiva, André

Ruivo, Fernando Correia e Nuno Farinha, enquanto no interior das edições encontramos ainda o traço de João Cabaça e André Carrilho. Uma particularidade a assinalar é “O Buraco da Ozono”, nome dado à rubrica editorial, de que falaremos adiante, mas, simultaneamente, um buraco real que acompanhou todas as edições e que permitia antever uma imagem que dialogava com os temas chamados à capa.

Temas esses que incluíram o efeito de estufa e as alterações climáticas – escolha evidente, diríamos, para a estreia da revista e que será diversas vezes retomado –, as vozes de protesto contra os jardins zoológicos, a falta de soluções para os resíduos industriais, o desperdício das energias renováveis ou a baixa taxa de reciclagem em Portugal.

Repetimos: as *vozes de protesto*, a *falta de soluções*, o *desperdício*, a *baixa taxa de reciclagem*... Não será de todo casual a escolha, para “as gordas”, de termos que exprimem tomadas de posição, que ajuízam, denotando uma publicação ambientalmente comprometida que se move num território em que a isenção e a neutralidade são valores de permanente demanda. Mas, por outro lado, não poderá, no limite, a aplicação destes valores inviabilizar uma salutar interpretação dos factos pelo jornalista?

Não é virgem nem casta a questão do jornalismo de causas, esse que Baptista-Bastos descreve como “o *jornalismo de indignação, que não é indolor e incolor*” (Fernandes, 2007, p. 15).

De um lado, as preocupações éticas inerentes ao exercício de uma actividade tão relevante para a vida democrática; de outro, o imperativo de acordar algumas consciências, de alertar, de, em certas situações, “fazer campanha por”. Sendo alguns jornalistas de ambiente também conhecidos como ambientalistas, o confronto trava-se a céu aberto, numa arena em que uns vão e outros aplaudem.

Associar “activismo” e “jornalismo” provavelmente gera, num primeiro relance, pouca empatia. Mas, considerando o activismo “*um conjunto de comportamentos observáveis, levados a cabo de forma livre e independente, que têm como objectivo a mudança de um panorama social negativo através da acção estratégica e teoricamente enquadrada em diferentes quadrantes de uma determinada sociedade*” (Baptista, Pereira & Costa, 2006, p. 26), em que colide com o jornalismo?

Não deveria, afinal, o *jornalismo* ser, em permanência, um *jornalismo* activista e de causas? O conceito está intrinsecamente ligado a um outro – o de jornalismo cívico, um “novo jornalismo” que pretende “*dar às pessoas as notícias de que precisam para actuarem como cidadãs, para tomarem as decisões que são chamadas a assumir numa sociedade democrática*” (Fernandes, 2007, p. 21).

Estamos, então, perante o jornalismo como actividade imprescindível para o exercício da cidadania por parte das audiências – de uma forma individual ou grupal e, pretende-se, consciente. Porque, como assinala Davis Merrit (Traquina & Mesquita, 2003, p. 10), “*se as pessoas não estão interessadas na vida pública, elas não têm qualquer necessidade dos jornalistas nem do jornalismo*”.

Assumidamente activista, a Ozono procurava dotar os seus leitores de informações úteis a esse exercício da cidadania, como o comprova a inclusão do suplemento “Estado do Mundo 2001”, relatório anual do Worldwatch Institute que, por iniciativa da revista, foi “*pela primeira vez traduzido e adaptado para português, numa colecção de fascículos mensais*”. A referida colecção, “*um exclusivo para os leitores da Ozono*”, foi publicada ao longo de 10 edições, entre Março de 2001 e Maio de 2002, com a colaboração da Euronatura, uma organização não-governamental de ambiente dedicada à investigação em ciência, política e direito do ambiente, privilegiando matérias de cariz internacional.

Do início ao fim do projecto, a revista foi complementada de duas outras formas: um site, onde se faziam transcrições parciais dos artigos e se procurava interagir com os leitores; e cassetes de vídeo, que capitalizavam os contactos na área audiovisual da proprietária do título, a Costa do Castelo Filmes, e que “eram muito importantes porque as escolas aproveitavam-nas para divulgar ideias sobre o ambiente e a ecologia”, como recordou Paulo Trancoso em declarações para este artigo.

As duas primeiras cassetes custavam 300\$00 (1,5€), preço que aumentou para 500\$00 (2,5€) no número 3, e que se fixou nos 750\$00 (3,75€) a partir do número 11 e até à última edição. E se nos quatro primeiros números os temas dos vídeos possuíam uma relação directa com a capa da revista (aquecimento global,

jardins zoológicos, transgénicos, plantação de árvores), a partir do número 5 tal ligação cessou, dada a opção da revista por disponibilizar aos leitores “alguns dos excelentes filmes da BBC” sobre Natureza, como destacava o editorial dessa edição.

3. Editoriais e secções temáticas

Além de permitir anunciar alterações ou novas iniciativas, a rubrica editorial “O Buraco da Ozono” era, geralmente, tão ou mais incisiva do que a capa. Leiam-se alguns excertos: “*uma matéria do maior perigo*” (referindo-se à co-incineração, no quarto número), “*o monstro elevador*” (aludindo ao projecto de construir um elevador na encosta do Castelo de São Jorge, na quinta edição), “*a criminosa pesca do meixão*” (mencionando uma prática no estuário do Tejo, na sétima revista), “*a principal causa de destruição do património natural e cultural português*” (apontando o dedo às obras públicas, no número 16).

Pelo caminho, na revista 13, foi publicado – pela primeira vez – o estatuto editorial, no qual a revista se define como “*interveniente*” e orientada no sentido de “*defender o Ambiente na informação e debate das questões que encerra*”, visando “*a consciencialização dos seus leitores para a problemática ecológica*”. *Declaração de intenções que talvez justifique outra característica dos editoriais: o repto à união e à acção “em prol da causa”, nomeadamente na vertente política.*

Os exemplos foram do desafio para que os leitores militassem em organizações não governamentais de defesa do ambiente ou se envolvessem em acções políticas de partidos ambientalistas (nas edições seis e oito) ao apelo a que retirassem a confiança aos políticos no poder (no número 12, em vésperas das eleições autárquicas). O tom foi oscilando entre o decepcionado e o enérgico. “Desilusão e alento”, como titulóu o editorial da penúltima edição, em que uma nota de optimismo desanuviava o fim iminente.

No que respeita aos conteúdos jornalísticos propriamente ditos (as notícias, reportagens, peças de análise), as temáticas abordaram do conservacionismo ao ordenamento do território, da energia à educação ambiental, da poluição à agricultura.

Dividida por secções, a revista dedicou 19,9% dos seus conteúdos aos Destaques, cabendo igual percentagem às páginas de Natureza. Com 9,9%, Sociedade foi a terceira secção com mais páginas, seguida de Roteiros Naturais (8,7%), Eco-notícias (7,6%), Internacional (4,8%), Agricultura (3,9%), Opinião (3,7%), Saúde (3%), Alimentação (2,3%) e Território (2,1%). Com percentagens inferiores, temas como Água, Pescas, Consumo e Resíduos também mereceram categorias próprias.

Havia ainda a discreta rubrica Tempo Livre, publicada na última página do miolo da Ozono e na qual eram divulgados livros, sites e iniciativas várias, sobretudo encontros científicos e acções ao ar livre de associações ambientalistas, fossem em Portugal Continental, nos Açores, na Madeira ou mesmo no estrangeiro (Espanha, Irlanda).

A esmagadora maioria dos conteúdos da revista (81,7%) era de produção nacional, cabendo o restante a traduções e adaptações de publicações congéneres que, como afirma o editorial da primeira edição, acompanharam “de forma solidária” o projecto: a espanhola Integral (7,2%), a norte-americana World Watch (6,8%) e a britânica The Ecologist (4,3%).

O contributo destas revistas evidenciava-se sobretudo em secções específicas:

- Todos os artigos de Alimentação foram reproduções da Integral, excepto uma página sobre tofu escrita pelo naturopata Carlos Campos Ventura, publicada no número 1;
- Em Saúde, 84% das páginas foram traduções de artigos da Integral;
- A secção Internacional foi ocupada sobretudo por artigos da World Watch (55%) e da The Ecologist (32,5%), cabendo a parte restante à peça “Amazónia: um tesouro natural em contagem decrescente”, da autoria de Cláudia Faustino, bióloga e ex-voluntária num projecto de conservação da Reserva de Desenvolvimento Sustentável de Mamirauá;

- 63,6% do conteúdo subordinado ao tema Agricultura foi concebido por colaboradores das parceiras estrangeiras: The Ecologist (24,2%), World Watch (24,2%) e Integral (15,2%);
- Foram adaptadas da Integral 60% das páginas dedicadas a Consumo;
- Na secção Água, um terço das páginas reproduziram conteúdos da The Ecologist;
- Na secção Pescas, um terço das páginas foi originalmente produzido para a Integral.

Houve ainda artigos da World Watch incluídos nas secções Sociedade (n.º 1), Natureza (n.º 4), Destaque (n.º 6) e Eco-notícias (n.º 13), da Integral na secção Natureza (n.º 2) e da The Ecologist nas secções Opinião (n.º 3) e Sociedade (n.º 5 e 17).

4. Os ângulos de abordagem e os colaboradores

No que se refere aos ângulos de abordagem, é de salientar que, na Ozono, a análise das questões ambientais da perspectiva do dano/benefício ao ser humano – uma espécie de antropocentrismo – equilibra-se com os apelos para que o Homem zele pelas restantes componentes do meio que o rodeia mesmo que tal colida com os seus interesses (zoos, urbanização, hábitos alimentares e de consumo).

Trata-se, no fundo, da distinção teórica entre ecologistas e ambientalistas, sendo designados de ecologistas aqueles que “*adoptam visões ecocêntricas, colocando a Natureza no centro e encarando o ser humano como uma mera parte dela*” e de ambientalistas os que “*colocam o ser humano no centro das suas preocupações e apresentam a bandeira do ambiente integrada na melhoria da qualidade de vida dos cidadãos*” (Teixeira, 2011, p. 34).

Dois exemplos da linha ecologista surgem na 9.ª edição, ambos na secção de Natureza. Numa peça intitulada “Crescei e multiplicai-vos” (p. 19) lemos:

A população portuguesa de camaleão-comum está circunscrita ao Algarve e é uma das poucas populações europeias desta espécie. As pressões que sofre faz com que tenha um ciclo de vida acelerado. Crescer depressa para se reproduzir rapidamente parece ser a estratégia de sobrevivência do camaleão algarvio, cada vez mais ameaçado pela ‘febre urbanística’ que invadiu a costa.

Segue-se, numa peça intitulada “Os senhores da noite” (p.22), um lead em cuja parte final se lê:

Certas espécies estão em regressão, devido à progressiva destruição do seu habitat e a alguma perseguição por parte do Homem. É pois necessário tomar medidas, com vista a contrariar esta tendência de diminuição e a assegurar a conservação destas aves.

Se do primeiro ressalta a crítica da “febre urbanística”, do segundo sobressai o apelo à acção, ao “tomar medidas”, numa linguagem passível de mesclar o jornalista com o activista, reconduzindo-nos a uma dicotomia que no jornalismo de ambiente se coloca com particular pertinência, como reconhece o jornalista Ricardo Garcia, do diário Público.

“Saber equilibrar a sua consciência cívica com o necessário espartilho deontológico da profissão é o maior desafio para quem lida com os temas ambientais”, assinala Garcia, acrescentando que, “ao produzir notícias sobre um tema que preocupa a todos, que tem uma matriz moral incontestável, qualquer jornalista estará sempre a defender um valor universal, e por isso estará a praticar o jornalismo de causas” (Fernandes, 2007, p. 14).

Na base desse “espartilho” está, além do código deontológico da profissão, aquilo a que Gaye Tuchman (1972) deu o nome de “ritual estratégico” da objectividade jornalística, no qual se incluem quatro procedimentos utilizados pelo jornalista para se proteger de críticas: apresentação de possibilidades conflitantes; apresentação de provas auxiliares; uso judicioso das aspas; e estruturação da informação numa sequência adequada (por norma, a pirâmide invertida). A estes, Tuchman junta, mais tarde, a cuidadosa separação entre factos e opinião, através do uso de indicações como “análise”.

Na nossa análise, notámos que este ritual seria prática comum dos mais de 60 colaboradores que a revista foi tendo, sendo o cuidado em separar factos e opinião observável inclusivamente a nível gráfico. Exemplo disso

são os textos de Pedro Almeida Vieira, que tanto assinou peças de opinião na coluna “Observatório”, como escreveu artigos de fundo, caso de “O espelho de uma crise profunda” (edição 11), distinguido com I Prémio Imprensa Nacional, atribuído pelo Clube de Jornalistas e pela Comissão Coordenadora Regional de Lisboa e Vale do Tejo.

A Ozono abriu também as suas páginas a textos de David Silva e Sousa (que era também responsável pelo programa de informação ambiental radiofónica Atmosfera, uma parceria da Ozono com a Rádio Oxigénio), Anabela Moedas, Sofia Vilarigues, Raquel Martins, Manuel A. Nunes, Gonçalo Elias ou Fernando Teigão dos Santos, colaboradores que, à semelhança dos muitos outros, eram conhecidos pelo seu interesse e/ou militância na área da ecologia.

Além destes autores de artigos mais longos, a revista contou com colunas regulares de Gonçalo Ribeiro Telles, arquitecto paisagista e primeiro secretário de Estado do Ambiente no pós-25 de Abril, bem como de figuras de referência das três maiores organizações não-governamentais de ambiente – Helena Freitas (LPN), Viriato Soromenho-Marques (Quercus) e João Joanaz de Melo (GEOTA). Aliás, a permeabilidade da revista à divulgação das organizações de defesa do ambiente ficou patente através da publicação de textos assinados por estruturas como a Quercus, a LPN ou as organizações que integravam o Movimento Cota 139, que exigia a exploração da albufeira de Alqueva à cota mínima, de modo a impedir a submersão de centenas de milhares de árvores e habitats importantes para espécies raras e ameaçadas, sem deixar de suprir as necessidades de água da região.

5. A interacção com os leitores e as limitações publicitárias auto-impostas

Na edição 7, a revista abriu-se a colaborações dos leitores, reservando duas páginas aos artigos “E tu ris, mô?”, de Pedro Felgar Couteiro, então vogal da Comissão Directiva da associação Intervenção Radical, “A ecologia e o socialismo”, do arquitecto paisagista João Reis Gomes, e “Despertar”, do professor catedrático Jacinto Rodrigues, especialista em Ecologia Urbana, todos acompanhados por ilustrações de André Ruivo.

Contudo, a secção Leitores só voltou a surgir, discretamente, na edição 16, com a publicação de uma carta de Jorge Amado, coordenador nacional do SEPNA, seguida de um agradecimento da revista aos reparos feitos e à vontade de colaboração demonstrada por aquele serviço da GNR. Se a Ozono publicou como artigos de opinião outras colaborações de leitores, esse estatuto ficou por identificar.

Mais visível foi, no entanto, a interacção com o público através dos Programas Ozono, anunciados da seguinte forma no número 6:

A Ozono vai ter mais um espaço de encontro com os seus leitores! A partir do mês de Abril vão existir iniciativas variadas onde todos poderão participar. Serão actividades ao ar livre para um reencontro com a Natureza, debates acesos e originais com personalidades interessantes, ou até um campo de Verão onde haverá imenso tempo para discutir novas temáticas.

Os Programas Ozono tiveram lugar entre 7 de Abril e 17 de Agosto de 2001, começando com um passeio a pé do Parque Eduardo VII até Monsanto com Gonçalo Ribeiro Telles, que no destino apresentou o projecto do “Corredor Verde de Lisboa”, passando por visitas a uma quinta de agricultura biológica em Ferreira do Alentejo e à eco-aldeia de Tamera, workshops de vegetarianismo e de botânica, e terminando com a anunciada Universidade de Verão em Tamera, para conhecer “o trabalho de quem luta pela paz global”.

As actividades dividiram-se entre a região de Lisboa e o Alentejo, com preços que variaram entre os 1.000\$00 (5€), com almoço incluído, da iniciativa “Seja agricultor por um dia”, e os 60.000\$00 (300€) da inscrição na Universidade de Verão em Tamera, com alimentação incluída durante 12 dias.

Segundo Paulo Trancoso, o relacionamento da revista com os leitores dependia de uma “peça vital”: o director editorial David Travassos. Foi este responsável quem, em entrevista à revista JJ (Freitas, 2007, p. 34), recordou alguns dos maiores problemas com que a Ozono se debateu, entre os quais “o aumento do preço de 2,75 para 3,75 euros de um mês para o outro [de Setembro para Outubro de 2001], o que a tornou, talvez, na mais cara revista vendida em banca”.

Tentava-se, assim, compensar a “*falta de inserção de campanhas institucionais, pedagógicas e de sensibilização*” e a ausência de uma aposta publicitária por parte das empresas com produtos de qualidade ecológica, como justificou Paulo Trancoso no editorial da edição de Outubro de 2001.

Ainda de acordo com David Travassos, a passagem de três pessoas pelo sector da publicidade e os “*dois meses de interregno em que não havia ninguém para angariar anúncios*” (Freitas, 2007, pp. 34-35) também contribuíram para dificultar a sustentabilidade económica da revista.

A este problema de recursos humanos juntavam-se os custos da coerência interna, pois a Ozono só aceitava anúncios que estivessem conforme a sua filosofia, sendo por isso, nas palavras de Paulo Trancoso em entrevista para este artigo, “*uma combatente solitária*” e “*incómoda*” que, por não fazer parte de um grupo de comunicação, não podia gerir a publicidade de forma integrada.

A escassez de anúncios comerciais levava ao preenchimento das duas áreas de maior visibilidade – a contracapa e o verso da contracapa – com produtos e iniciativas da Ozono ou da Costa do Castelo. Se a isto juntarmos a contracapa em que a Comissão Cívica Alfacinha, estrutura parcialmente impulsionada por Paulo Trancoso, agradeceu aos 5.600 lisboetas que se mobilizaram contra o projecto do elevador de São Jorge (edição 6), e o verso de contracapa e a contracapa que a Ozono reservou para a Campanha Transgénicos Fora do Prato (edição 18), concluímos que só 50% das contracapas e 44% dos versos de contracapa foram ocupados por publicidade com fins comerciais.

O interior da revista também apresentava uma divisão mais ou menos equitativa entre promoção própria e anúncios externos. Porém, os anúncios eram raros e, como mostra o gráfico abaixo, a publicidade externa ocupava, percentualmente, pouco espaço na revista. A média fica pouco acima de 5,5%, tendo a Ozono alcançado o seu pico de anúncios externos na edição 3, com 12,04% do total de páginas. No último número atingiu o ponto crítico: zero.

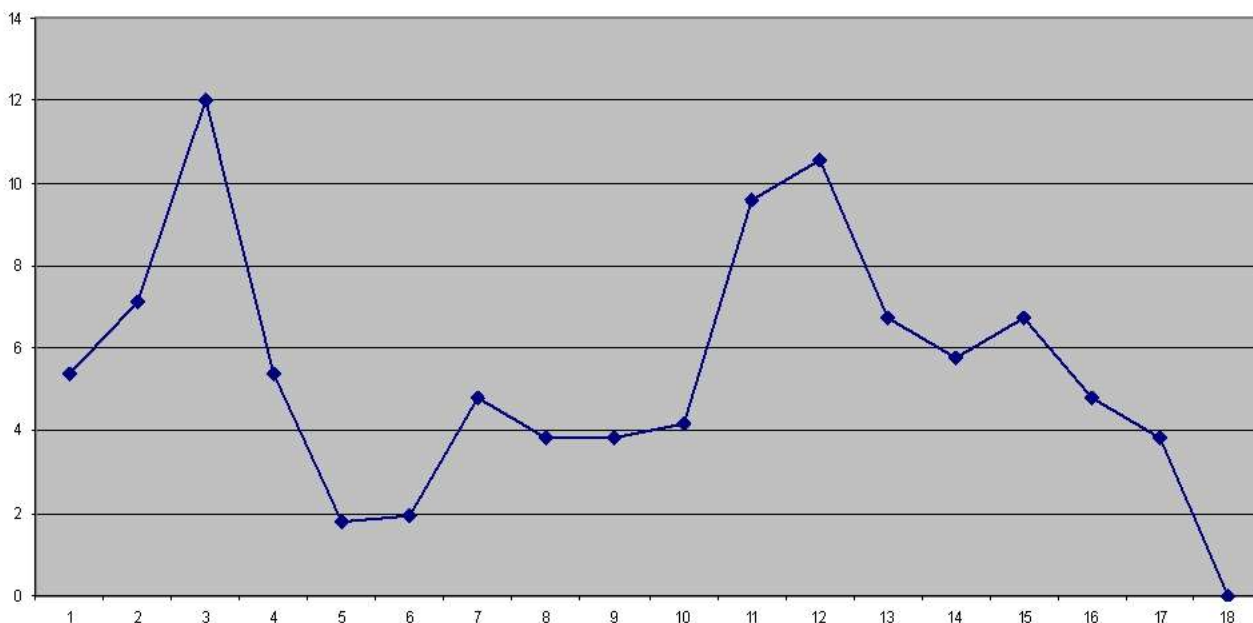


Gráfico 1 – Presença de publicidade comercial na Ozono (%)

6. A complexa gestão de um produto deficitário

A quase ausência de publicidade não era compensada financeiramente pelos assinantes, os quais, segundo Paulo Trancoso, “*eram uns 300, pelo menos*”, número simpático mas que não impedia que o título desse prejuízo.

Na tentativa de dar maior sustentabilidade ao projecto, no editorial do número 4 o director apelou à solidariedade dos leitores, “*seja através de assinaturas da Ozono, seja através de grupos de apoio que promovam a venda da revista*”, e três edições mais tarde revelou-se satisfeito com o resultado dessa

iniciativa, pois o número de vendas e de assinaturas “subiu significativamente”, levando-o a dizer, em nome da equipa, “*sentimos mais leve o ar que respiramos!!*”.

Como reconhece o editorial do número 9, o baixo número de leitores já era previsto, e a escassa publicidade comercial também não surpreendia, até pelas limitações auto-impostas. Porém, a revista não contava com uma série de problemas logísticos que a afectaram, e que foram descritos por David Travassos à revista *Jornalismo e Jornalistas* (Freitas, 2007, p. 34):

Nos primeiros dois números a tiragem era de 12 mil exemplares, no terceiro passou para 10 mil e no quarto baixou para seis mil, porque a revista estava a vender só 2.500 cópias, mas esta redução levou a distribuidora da revista, a Midesa, a colocá-la apenas num em cada sete postos de venda.

De acordo com o responsável, “*o facto de ficarem somente dois ou três exemplares por posto levava a que os vendedores não os colocassem à vista*”, ciclo que piorou quando a distribuidora, numa atitude contraditória, “*começou a aumentar o número de exemplares em postos que não vendiam nenhum e a reduzir a colocação de cópias naqueles que esgotavam as vendas*”.

Além dos contratemplos assinalados, uma mudança de instalações deixou a Ozono quase um mês sem telefone e duas a três semanas sem Internet, obrigando, excepcionalmente, a que a edição 15 fosse trimestral. Em Outubro de 2002, quando a revista celebrava o seu segundo aniversário, Paulo Trancoso escreveu no editorial do número 17 que a Ozono conquistara o seu espaço “*com as vicissitudes próprias de uma publicação numa área tão maltratada neste país como é o Ambiente*”, mas ressalvando que as dificuldades tinham sido “*compensadas pelo estímulo dos profissionais de ambiente, professores, investigadores, dirigentes associativos, estudantes e muitos leitores incondicionais e assinantes da revista*”.

O número seguinte – o último – surgiu nas bancas quatro meses depois. No editorial, Paulo Trancoso avançava rumos possíveis para, com o contributo dos leitores, manter o projecto vivo, e defendia as opções editoriais anteriores, apesar dos escolhos do caminho:

Temo-nos conseguido manter num projecto [em] que acreditamos, mas não podemos esconder as dificuldades que atravessamos, que nunca deixámos de atravessar! As constantes escorregadelas na periodicidade da nossa revista (...) vão obrigar-nos a repensar a futura Ozono, pelo que será forçosa uma ligeira paragem com vista a uma reformulação do seu funcionamento organizativo e financeiro.

Poderemos reconverter-nos em cooperativa com leitores, associações ligadas ao Ambiente, entidades ou empresas associadas que constituiriam uma espécie de Conselho Editorial, ajudando ainda na dinamização e promoção da revista, e procurando encontrar solução para o problema da falta de publicidade institucional e privada suficiente para equilibrar os custos deste tipo de publicação. Pensamos também que, no relançamento, novas temáticas devam ser equacionadas e promovidos circuitos alternativos de venda e angariação de novos assinantes.

Não chega aqui termos chegado! Precisamos de ir mais além, com a certeza de termos escolhido um caminho mais difícil mas coerente, não só nas tintas vegetais e no papel reciclado, que são intrínsecos à Ozono, mas na inserção, sem cedências ou contemplações, de artigos, opiniões ou tomadas de posição. A vossa intervenção e ajuda poderá ser decisiva. Contamos convosco, com as vossas ideias e sugestões, para que uma solução estável seja encontrada. Por isso, esperamos o vosso contacto, a vossa criatividade amiga.

Não nos resignamos à crise.

Segundo David Travassos, se a Ozono durou mais de dois anos foi devido a “*um investimento pessoal, corajoso e raro*” (Freitas, 2007, p. 35) de Paulo Trancoso, que a tinha formatado e concebido. Quando questionado sobre os montantes investidos e não recuperados neste projecto, o director não quis entrar em pormenores, respondendo: “*Deu prejuízo. Tão só!*”.

7. Tornar as ilhas num arquipélago

No livro “*Radical Media*”, John Downing (2001, p. v) apelida de radicais os “*media, geralmente de pequena escala e com muitas formas diferentes, que expressam uma visão alternativa às políticas, prioridades e perspectivas hegemónicas*”. Segundo o mesmo autor, esses media alternativos radicais geralmente servem

dois propósitos primordiais: a) expressar uma oposição directa à estrutura de poder e ao seu comportamento; b) criar apoios, solidariedade e redes horizontais contra políticas da estrutura de poder, ou até contra a própria sobrevivência da mesma.

Nesse processo, eles “*não podem simplesmente pregar princípios correctos, possibilitar o debate necessário, expor operações escondidas da estrutura de poder, combater abusos, e ser esteticamente estimulantes*”, tendo também de “*ser organizados de forma a promover o desenvolvimento dentro das suas fileiras, a incentivar a participação de grupos historicamente marginalizados em todas as decisões, de modo a contribuir, a todos os níveis, para tornar as ilhas num arquipélago*” (Downing, 2001, p. 72).

Em nosso entender, a revista Ozono encaixa nestas definições, pois foi uma publicação de cariz ecologista cuja tiragem nunca ultrapassou os 12.000 exemplares (número excepcional nas duas primeiras edições e que baixou para metade logo no quarto número), de estilo assumidamente militante e público activista.

Fiel aos propósitos e aos modos de organização referidos por Downing, a publicação manteve uma extrema coerência ideológica – que a fez chegar ao limiar da sobrevivência financeira –, destacou soluções que considerava correctas (ex: o Plano Verde de Ribeiro Telles), abriu espaço ao debate (ex: dossiers sobre transgénicos ou co-incineração), expôs abusos das estruturas de poder (ex: avaliação do desempenho ambiental dos governos do PS), e apostou na ilustração, uma “componente criativa e artística” que marcou a revista, valendo-lhe inclusivamente prémios, como recordou Paulo Trancoso.

O director da Ozono esteve à frente da publicação em todas as edições excepto a 13.^a, quando se ausentou para participar nas eleições autárquicas de Dezembro de 2001, nas listas do Partido da Terra. Porém, nem por isso deixou de surgir na revista, pois, no âmbito do artigo “Autárquicas, duas faces da ecologia política”, de Luís Villalobos, foi entrevistado enquanto presidente do MPT, juntamente com Manuela Cunha, dirigente d’Os Verdes.

Nessa entrevista conjunta destaca-se que tinha ali início o debate que poderia “*levar à criação de uma ‘frente ecologista’*”, um projecto político acalentado por Paulo Trancoso que não se concretizou devido a divergências entre os dois partidos, as quais se revelaram insuperáveis no encontro da Federação Europeia de Partidos Verdes realizado de 15 a 17 de Novembro de 2002, em Bruxelas (Teixeira, 2011, pp. 215-223).

O desejo de constituição dessa frente já fora referido no editorial do número 4 (Janeiro de 2001), a par de um apelo à solidariedade para com aqueles que, por estarem do lado da ecologia, sofriam represálias várias, como Mila Simões de Abreu, Delgado Domingos e Isabel Castro.

Nos editoriais de Março e Maio de 2001 é visível o incentivo à união e ao maior envolvimento dos ambientalistas e ecologistas na vida política em geral, e nas ONGA e nos partidos verdes em particular. E, no editorial do número 9, que parte de um desabafo pela fraca afluência ao protesto pela cota 139 em Alqueva, a opção frentista é apontada como uma eventual forma de contrariar a apatia dos defensores do ambiente quando o valor a proteger não ficava no seu “quintal”.

Por tudo isto, a Ozono quis perceber quem estava do outro lado das páginas, e promoveu um inquérito na edição 10, cujos resultados foram divulgados no editorial do número 12: a faixa etária que acompanhava a revista era a dos 19 aos 35, seguida da dos 36 aos 50; a grande maioria frequentava ou possuía curso superior; um número significativo considerava a Ozono melhor do que revistas similares mas tinha alguma dificuldade em encontrá-la nos postos de venda; muitos eram membros de associações ambientalistas de cariz nacional ou local e outros tantos admitiam a hipótese de, caso existisse um partido ecologista “forte” em Portugal, serem simpatizantes ou militantes do mesmo; e praticamente todos desejavam tomar parte em actividades de conservação da Natureza e defesa do património.

Este foi o retrato mais aproximado que a Ozono obteve desses leitores que frequentemente desafiava a participarem na vida pública, dessas ilhas isoladas que, através do conhecimento mútuo, da acção conjunta e da vontade em ir mais além, se poderiam unir na criação de um arquipélago ecologista português.

8. Bibliografia

Livros e artigos

Baptista, João Afonso, Pereira, José Santana, & Costa Patrícia (2006). *Manual do Activista*, Azeitão: autonomia 27

Downing, John D.H. (2001). *Radical Media – Rebellious Communication and Social Movements*, Thousand Oaks: Sage Publications

Fernandes, Sandra (2007). *Jornalismo de Causas – O Ambiente como Análise de Conteúdo*. URL: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/fernandes-sandra-jornalismo-de-causas.pdf>

Freitas, Helena de Sousa (2007). Jornalismo de Ambiente em Portugal: Espécie em Vias de Extinção?. *Jornalismo & Jornalistas*, n.º 29 (Jan./Mar.), pp. 30-40

Garcia, Ricardo (2004). *Sobre a Terra – Um Guia para quem Lê e Escreve sobre Ambiente*, Lisboa: Público

Rayner, Philip & Wall, Peter (2008). *AS Media Studies: The Essential Introduction for AQA. 3rd edition*, New York: Routledge

Teixeira, Luís Humberto (2011). *Verdes Anos – História do Ecologismo em Portugal {1947-2011}*, Lisboa: Esfera do Caos

Traquina, Nelson & Mesquita, Mário (2003). *Jornalismo Cívico*, Lisboa: Livros Horizonte

Tuchman, Gaye (1972). Objectivity as Strategic Ritual: An Examination of Newsmen's Notions of Objectivity. *The American Journal of Sociology*, Vol. 77, No. 4 (Jan.), pp. 660-679

Fontes primárias

Entrevista a Paulo Trancoso, realizada a 26 de Maio de 2012.

Ozono – Revista de Ecologia, Sociedade e Conservação da Natureza (18 edições)