



Jornalismo Ambiental: Análise de Conteúdo dos Jornais Impressos do Piauí¹

Clarisse Castro Cavalcante²

RESUMO

As questões ambientais há muito tempo ocupam lugar relevante na preocupação de diversas entidades do Brasil e do mundo, inclusive na esfera civil. Mas muito ainda precisa ser feito para que se crie uma consciência de preservação, pois é crescente a necessidade de encontrar e difundir alternativas viáveis de uso dos recursos naturais do planeta, a partir da premissa de que eles são finitos. Inserido nesse processo, o Piauí se configura com características naturais muito particulares ao seu território, buscando participar e elaborar estratégias dentro de suas possibilidades. E a imprensa piauiense poderia, a priori, ser uma grande aliada deste processo de conscientização. Dessa maneira, este trabalho objetivou identificar, através da Análise de Conteúdo, compreender como a mídia piauiense participa dessa transformação de concepção, analisando os temas que ela insere no cotidiano do público, quem ela utiliza como fonte, que importância ela destina em espaço aos temas ambientais e que concepção os jornalistas carregam sobre essa produção.

PALAVRAS-CHAVE: Informação; Jornalismo; Meio Ambiente.

TEXTO DO TRABALHO

1. Introdução

O mau uso dos recursos naturais ao longo dos anos, a necessidade da internalização de novas formas de utilização desses recursos por parte das pessoas e a certeza de que a mídia está inserida nesse processo nos despertou para essa pesquisa. Ao recompor todo o cenário onde a mídia executou as primeiras coberturas sobre temáticas ambientais até a análise mais atual, estabelecemos não somente a história do jornalismo ambiental, mas também suas perspectivas. O objetivo central era perceber como a mídia (sobretudo a impressa) se comporta diante de uma situação tão peculiar, de vertentes tão variadas: a relação homem x natureza. Nossa maior (e talvez única) certeza está relacionada ao fato de que a mídia trabalha com os mais diversos tipos de público, exercendo sua capacidade de atuar como instrumento de sustentação de uma mudança no modo de perceber e utilizar a natureza. Ou seja, se existe um processo de transformação em decorrência, não há como a mídia ficar alheia a isso.

Buscando diagnosticar essa cobertura ambiental, optamos pela Análise de Conteúdo como método. Dentro desse tipo de análise, escolhemos o enfoque na Análise

¹ Trabalho apresentado no GT – Mediações e Interfaces Comunicacionais, do Inovcom, evento componente do X Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste.

² Estudante de Especialização do Curso de Teorias da Comunicação e da Imagem da Universidade Federal do Ceará.



Qualitativa, onde atributos subjetivos são objetos de categorização (Freitas; Janissek, 2000). Nessa abordagem, é necessário estabelecer algumas categorias do tipo “o que é dito” (tema, sentido, padrão, valores, características etc) e “como é dito” (forma ou tipo de comunicação). Na categoria “o que é dito” utilizamos como embasamento as características do jornalismo ambiental expostas por Scharf (2004), que nos servem de parâmetro para a análise. Essas características ocorrem na cobertura ambiental no Piauí? Com que frequência quantitativa? Trabalhamos com uma amostra de sete dias dos três jornais impressos do Piauí: Meio Norte, O Dia e Diário do Povo. As categorias em que embasamos nossa análise de conteúdo, sugeridas por Scharf (2004), foram: folclorização das ONG’s; temáticas vazias, afeganistanismo; maniqueísmo; complexidade dos assuntos e olhar míope. Decidimos por essas características por serem as de melhor visualização numa amostra semanal, sempre associando nossa análise às teorias comunicativas.

Por fim propomos algumas soluções, que podem ser mais bem desenvolvidas e aprofundadas. Foram lançadas porque se não o fizéssemos estaríamos somente justificando a cobertura atual do modo que é por qualquer que fosse a razão ou circunstância e não é essa a essência de nosso trabalho.

2. Informação Ambiental

Várias são as teorias para o surgimento da Informação Ambiental. Segundo Ercegovac (apud Targino; Barros, 1996), ela decorre da preocupação da sociedade com os efeitos e impactos da produção e do consumo sobre meio ambiente. Constitui resultante histórica do processo de tomada de consciência acerca dos danos provocados pela ação humana no meio físico e social. Vieira, por sua vez, identifica-a como típica manifestação pós-moderna da sociedade, que atribui à ecologia importância vital e a conceitua como:

[...] dados, informações, metodologias e processos de representação, reflexão e transformação da realidade, os quais facilitam a visão holística do mundo e, ademais, contribuem para a compreensão, análise e interação harmônica dos elementos naturais,

¹ Trabalho apresentado no GT – Mediações e Interfaces Comunicacionais, do Inovcom, evento componente do X Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste.

² Estudante de Especialização do Curso de Teorias da Comunicação e da Imagem da Universidade Federal do Ceará.



humanos e sociais (VIEIRA, apud TARGINO; BARROS, 1996, p. 77).

As primeiras discussões enfocando a temática ambiental, até numa perspectiva social (conseqüências do uso do meio ambiente pelo homem) ganharam destaque, na forma como entendemos hoje, na metade do século passado, especialmente após a reunião do Clube de Roma. Nessa reunião, em 1971, foi elaborado um relatório fazendo um alerta sobre os limites do crescimento. Seguiram-se uma série de cúpulas e eventos mundiais que passavam a ver os problemas ambientais como planetários e, portanto que precisavam de ações conjuntas para ser dirimidos ou mesmo resolvidos.

Esses eventos não ocorriam de forma aleatória. Havia um processo político decorrendo, bem como toda uma configuração social. O Brasil crescia em população, em representatividade política e, com variações de intensidade, em economia. Para acompanhar esse ritmo, era necessário gerar bastante informação técnica, estudos que explicassem os processos sociais e que subsidiassem a escolha de estratégias de governo. A questão ambiental estava, portanto, inserida numa conjuntura nacional, sofrendo todos os reflexos dessas transformações atravessadas pelo país. Podemos dizer que a Informação Ambiental no Brasil, caracterizando como informação as pesquisas e suas formas de difusão, resultou da Informação Científica de uma maneira geral, do incentivo fornecido às pesquisas nacionais. Uma informação advinda de um maior interesse em Ciência e Tecnologia, desde a década de 50.

O que se pode perceber é que a Informação Ambiental estabeleceu seus primeiros passos atrelada à política, ao Estado, que conduzia a produção da comunidade científica no País, devido ao financiamento fornecido pelo mesmo às pesquisas. O poder econômico tornou-se pouco a pouco predominante, o que se confirmou durante o governo militar, e que dividiu a comunidade científica em diferentes posturas, marcando profundamente o modo como foram tratadas as questões ambientais no país. O desenvolvimentismo que caracterizou o Brasil, enaltecendo tudo o que pudesse ter valor econômico, foi o maior responsável pela perda imensurável das riquezas naturais do

¹ Trabalho apresentado no GT – Mediações e Interfaces Comunicacionais, do Inovcom, evento componente do X Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste.

² Estudante de Especialização do Curso de Teorias da Comunicação e da Imagem da Universidade Federal do Ceará.



país. Ainda mais porque naquele período as pesquisas científicas eram direcionadas às descobertas de melhores maneiras de explorar o meio ambiente e as demais potencialidades da Nação, e não às conseqüências dessa exploração.

Na década de 80, a Ecologia passou a ser a ciência “da moda”, especialmente pelo crescimento econômico que se configurava no país e era acompanhado de grandes perdas ambientais e sociais, não apenas nas instâncias científicas, mas em várias outras instâncias discursivas. O aparecimento do tema nos espaços políticos, educacionais, denota da ampliação do debate durante a produção do discurso ambiental por cada uma delas, que agendaram essa discussão na sociedade, tornando o próprio tema uma demanda social em si. Com essa introdução de fichas simbólicas tratando de temas ambientais no cotidiano dos cidadãos, ampliou-se o acesso e o alcance das pessoas às informações.

No decorrer do processo político brasileiro, a informação ambiental no país toma duas configurações: a informação adquirida basicamente através de pesquisas, informação gerencial para administração do ambiente físico e social, com o objetivo de organizar as políticas públicas de educação ambiental e desenvolvimento sustentável, e a informação de caráter político e de caráter prático-vivencial (TARGINO, 1994). Baseada em princípios filosóficos/culturais, essa categoria da informação luta e é organizada com o objetivo de conscientizar os cidadãos da necessidade de sua participação na formulação de novas posturas de vida, que considerassem a dimensão ambiental. Ou seja, uma informação que contribuísse para a difusão do conceito de Educação Ambiental.

Para o Brasil, no entanto, o evento que marcou de fato seu ingresso e estabilidade na rede de discussões sobre o meio ambiente foi a Conferência das Nações Unidas sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento Sustentável, a Eco-92, como ficou popularmente conhecida, realizada no Rio de Janeiro em 1992. Foi um gigantismo sem precedentes na história do país: 104 reis, rainhas e chefes de Estado, acompanhados de 10 mil delegados de 180 países. Um evento essencialmente político, que objetivava discutir e organizar as idéias em torno de um foco principal, o do Desenvolvimento Sustentável. Uma discussão política, que pretendia estabelecer diretrizes a serem

¹ Trabalho apresentado no GT – Mediações e Interfaces Comunicacionais, do Inovcom, evento componente do X Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste.

² Estudante de Especialização do Curso de Teorias da Comunicação e da Imagem da Universidade Federal do Ceará.



seguidas pelos governos e pela sociedade. Considerada como o “evento do ano” e como um bom exemplo de “discurso oficial”, ou seja, espaço para a criação e oficialização de subsídios para a formulação de políticas públicas eficientes, a Eco- 92 foi, antes de tudo, um evento que abriu novos e importantes horizontes para a discussão de problemas ecológicos.

3. Jornalismo Ambiental

O Jornalismo Ambiental tomou forma enquanto processo prático a partir da Eco – 92. Nove mil jornalistas foram credenciados para cobrir o maior evento de todos os tempos até então, e também os encontros paralelos, com destaque para o Fórum Global, que reuniu 12 mil representantes de 5600 ONG’s de 165 países no Aterro do Flamengo. Na falta de muitos jornalistas que entendessem efetivamente do assunto, as empresas jornalísticas recorriam a técnicos ambientais, que serviram como fonte oficial na tradução das discussões para a linguagem midiática, na compreensão de temas que antes eram extremamente codificados, desconhecidos. Várias editorias foram criadas e algumas palavras passaram a fazer parte da agenda dos jornais impressos e televisivos. O mundo todo acompanhou de perto as discussões.

Apesar do “boom” vivenciado pela imprensa na Eco – 92, o fato é que nem sempre a informação foi feita levando em consideração quesitos científicos. Houve a consagração do discurso ecológico pela mídia, mas muito mais numa perspectiva de espetacularização do que de dados concretos. Era a chamada “informação - show” (BARROS, 2003), em que o excêntrico e o inusitado adquirem o primeiro plano. Segundo relato de alguns jornalistas, como Trigueiro (2003), os principais assuntos levados à mesa de negociações - mudanças climáticas, explosão populacional, má distribuição de renda e aceleração no ritmo da extinção das espécies - foram relegados a segundo plano. Mesmo assim, o crescimento quantitativo do discurso ambiental na mídia teve extrema relevância porque caracterizou um contexto: o meio ambiente passou a fazer parte dos assuntos cotidianos, e não apenas dos objetos da Ciência e da Política.

¹ Trabalho apresentado no GT – Mediações e Interfaces Comunicacionais, do Inovcom, evento componente do X Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste.

² Estudante de Especialização do Curso de Teorias da Comunicação e da Imagem da Universidade Federal do Ceará.



Ao longo do tempo, o jornalismo tem modificado sua maneira de abordar a temática ambiental, realizando uma cobertura inconstante, marcada por períodos de ênfase ou por períodos de pouca expressividade. Uma direção orientada por fatores políticos, sociais e baseados em uma série de valores. São os chamados valores-notícia, critérios relativos ao meio e ao público. A compreensão de meio ambiente mais próxima do ideal é a percepção do tema de maneira interativa, ampla, considerando os recursos naturais e as relações estabelecidas durante a administração desses recursos (relação homem x natureza) e dentro do que a Agenda 21 sugere em termos de políticas públicas na área ambiental. Dessa maneira fica mais fácil entender e perceber a importância da participação da mídia na difusão de idéias de Educação Ambiental, como uma propulsora da nova concepção que está se afirmando durante a Revolução Ambiental, essa que começou a acontecer nas últimas décadas.

Essa questão é relevante porque para o público, de uma maneira geral, a informação é adquirida basicamente através dos veículos de comunicação. As questões e temas importantes são julgados através da lente da informação midiática, seja negativa, seja positivamente. Funcionando como maior fonte de informação das pessoas, a mídia tem consigo a responsabilidade de transmitir discursos que esclareçam, alertem e orientem essa audiência para o real processo ambiental em que o mundo está inserido. Que tipo de informação a mídia difunde? Quem são suas fontes? Como se dá a cobertura ambiental?

4. Procedimentos Teóricos

Para responder a esses questionamentos, optamos pela utilização da Análise de Conteúdo. No contexto geral das pesquisas, não só em comunicação, ela é afluente do positivismo, corrente de pensamento desenvolvida por Augusto Comte (1798-1857), que tem na valorização das ciências exatas sua principal característica, como paradigma de cientificidade. Com o passar do tempo, especialmente após a Segunda Guerra Mundial, a Análise de Conteúdo sofreu grandes transformações. A maior delas pode ter sido a superação da excessiva ênfase no aspecto quantitativo, sobrepondo-se de uma capacidade meramente descritiva. Esse tipo de análise trabalha atualmente com o

¹ Trabalho apresentado no GT – Mediações e Interfaces Comunicacionais, do Inovcom, evento componente do X Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste.

² Estudante de Especialização do Curso de Teorias da Comunicação e da Imagem da Universidade Federal do Ceará.



conceito de inferência que “é considerada uma operação lógica destinada a extrair conhecimentos sobre os aspectos latentes da mensagem analisada” (FONSECA,2005).

Nossa amostra consta dos materiais produzidos nos três jornais impressos locais (Meio Norte, O Dia e Diário do Povo), no período de 30 de novembro a seis de dezembro de 2004, totalizando uma semana. A análise utiliza as unidades recomendadas por Fonseca (2005) e traz como parâmetros seis das nove características apontadas por Scharf (2004), entre outras, buscando identificar a existência ou ausência das mesmas na amostra. Escolhemos essas seis como mais importantes por considerarmos esse um número razoável para estabelecer um retrato da cobertura ambiental nos jornais impressos no Piauí. Quando atribuímos importância a essas características, o fazemos no sentido de adotar critérios que sintetizem as principais falhas do discurso difundido pela mídia, as mais relevantes dentro de uma proposta de maior envolvimento e aprofundamento da mídia com a causa ambiental. Pois sabemos que ela possui indiscutível capacidade de produzir um discurso que é assimilado por um público garantido e que pode ser ainda mais conivente com a necessidade de continuar o processo de tomada de consciência desse público. As características escolhidas foram:

1. Folclorização das ONG's: Considerando a dimensão atingida pelo Terceiro Setor nas últimas décadas, buscamos verificar se permanece atual no jornalismo uma referência pejorativa aos ambientalistas dessas organizações;
2. Temáticas Vazias: As notícias, os discursos, são mais fundamentados, aprofundados ou continuam a fazer parte das seções menos priorizadas dos jornais locais?
3. Maniqueísmo: Verificar se as notícias permanecem sendo cobertas numa perspectiva de dualismo, sem ampliar o debate para além do “a favor” ou “contra” de alguma ação na área ambiental;
4. Afeganistanismo: Os problemas ambientais locais são destacados ou a quantidade de notícias internacionais (ou mesmo nacionais, além do Piauí) se sobrepõem ao regional?
5. Complexidade dos assuntos: A interdisciplinaridade, a amplitude dos assuntos, é levada em consideração? E a linguagem, é acessível às massas as quais se destina?

¹ Trabalho apresentado no GT – Mediações e Interfaces Comunicacionais, do Inovcom, evento componente do X Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste.

² Estudante de Especialização do Curso de Teorias da Comunicação e da Imagem da Universidade Federal do Ceará.



6. Olhar Míope: existe uma preocupação com o contexto das ocorrências? Uma matéria publicada hoje tem continuidade posteriormente, ou seu assunto morre no circuito de produção noticiosa?

A análise se configura em duas frentes: quantitativa (número e porcentagem da produção) e qualitativa, buscando identificar na cobertura jornalística local da temática ambiental as quatro unidades apontadas no capítulo anterior: importância dada ao tema (espaço em cm, editoriais em que aparece), incidência de ilustração (presença ou ausência de fotografia), natureza do texto (opinativo, informativo), origem e fontes de informação utilizadas. Em seguida, nossa abordagem parte para uma discussão mais qualitativa, verificando as inferências, através do parâmetro das características apontadas por Scharf (2004). Para isso foi preciso, antes de tudo, definir o que trataríamos por meio ambiente, o que nos fez optar por uma visão ampla, uma definição de que meio ambiente é a natureza e as relações que os homens estabelecem com ela, durante a sua utilização.

5. Resultados e Discussões

Dentro dessas perspectivas, identificamos os diversos temas que fazem referência ao meio-ambiente, relacionando 11 temas, num total de 38 matérias e 4 notas. O destaque foi para os seguintes assuntos: uso da água (dez), pesquisas (nove), políticas públicas (nove). As demais áreas foram: parques ambientais (três), desastres (duas), denúncia (duas), turismo (uma), emprego (uma) e Cerrados (uma). Sobre os assuntos mais abordados, é possível inferir algumas interpretações. A maior quantidade de matérias aparece o sub-tema uso da água, que faz referência às questões que mais se acentuam nos noticiários sobre os recursos naturais. Podemos verificar que as notícias foram construídas em duas perspectivas: desastre (enchentes) e efeitos naturais (chuvas, seca no semi-árido). Os desastres fazem referência também a fatos ocorridos em outros países, visto que o Brasil é um espaço geográfico privilegiado contra alguns fatores naturais.

No assunto políticas públicas, os enfoques foram direcionados para os programas governamentais, como os de investimento para utilização do biodiesel, uma a

¹ Trabalho apresentado no GT – Mediações e Interfaces Comunicacionais, do Inovcom, evento componente do X Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste.

² Estudante de Especialização do Curso de Teorias da Comunicação e da Imagem da Universidade Federal do Ceará.



notícia sobre endividamento público com questões urbanas, e notícias sobre a desordenada gestão de questões como o lixo, o saneamento e a energia. As matérias, nesse caso, refletem a visibilidade direcionada às ações governamentais, ou a falta de resolutividade dessas ações. Os jornais atuam, portanto, em duas perspectivas: de “outdoor” para personalizar e popularizar o governo, e de “auto-falante” para promover um alarde social.

No que se refere às pesquisas, foram confeccionadas matérias sobre pesquisas realizadas no espaço, com envio de instrumentos para captação de dados, e matérias sobre outros tipos de pesquisa, sobre expectativa de vida, projetos de revitalização ambiental etc. Essa incidência da temática ambiental com ênfase para aspectos científicos, seja no noticiamento de descobertas sobre questões naturais em si ou no embasamento científico na discussão e resolução de questões ambientais, reflete uma informação fornecida por Barros (2003) de que a ciência atua como fonte relevante na produção de notícias de maneira crescente. Considerando que a informação ambiental adveio da informação científica de uma maneira geral, essa incidência confere credibilidade à nossa contextualização.

A priorização desses temas (Agenda Setting) reflete o que os jornais impressos do Estado consideram como valores-notícia no que concerne ao produto. Meio ambiente é considerada uma pauta relevante quando do seu atrelamento a outras questões, como política, ciência, prestação de serviços etc. Em entrevista realizada com os editores dos impressos, verificamos que parte da cobertura se dá inclusive de maneira ocasional, quando acontece de uma mesma equipe conseguir produzir mais de uma matéria num mesmo deslocamento. São as conseqüências das rotinas de produção, abordadas no Newsmaking. É possível inferir nesses casos que, além de estabelecer quais temas serão pautados e consumidos por dia, os jornalistas ainda hierarquizam esses assuntos.

Com relação às editorias, meio ambiente aparece na maior parte das vezes nas editorias de Cidades (Jornal Meio Norte) e de Política (Jornal O Dia e Diário do Povo). Nenhum dos jornais possui editoria especial para o tema em questão. Somente o Jornal Meio Norte já possuiu editoria especializada, mas por questões financeiras foi extinta do impresso. A amostra identificou ainda nos três jornais somente matérias de gênero

¹ Trabalho apresentado no GT – Mediações e Interfaces Comunicacionais, do Inovcom, evento componente do X Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste.

² Estudante de Especialização do Curso de Teorias da Comunicação e da Imagem da Universidade Federal do Ceará.



informativo (100%). Esse gênero é caracterizado basicamente por uma ausência de opinião, de interpretação subjetiva da questão relacionada, que geralmente ocorre em outros estilos de texto (artigos, colunas), mas que pode ocorrer em matérias comuns.

Outro critério analisável é a origem das fontes. Quem são as pessoas, instituições, informações etc que funcionam como matéria-prima para a produção jornalística? Durante nossa contextualização, remetemos nossa pesquisa a um relacionamento já avaliado por outras pesquisas em comunicação, as trocas e a apropriação do discurso científico e político (discurso oficial) pelas instâncias midiáticas. A análise comprova nossa hipótese de que tanto um como outro aparecem com significativa presença como vozes contempladas pela produção noticiosa.

O governo, que aparece na maioria das produções, continua funcionando como fonte prioritária dos jornais impressos. Essa incidência nos remete a algumas possibilidades. Uma delas é a utilização das fontes oficiais como matéria-prima para confecção de notícias. Esse fato aponta uma questão de referencial, mesmo quando a pós-modernidade desmistificou tanto a centralidade das instituições oficiais. O fato de notícias políticas na área ambiental aparecerem com essa frequência não significa somente que o tema se compõe de diversas vertentes e por isso tem presença garantida nas redações. Significa, além disso, que o discurso ecológico oficial ainda é o discurso legitimado por publicação pela mídia, como detentor de uma credibilidade quantitativamente comprovada.

Outra unidade de análise que nos propomos foi sobre a verificação da presença ou ausência de ilustração nas matérias. O número foi surpreendente: nos três impressos, mais de 50% das notícias são acompanhadas de fotografias. No Jornal Meio Norte 12 das 21 matérias possuem ilustração (em apenas uma aparece um gráfico, nas demais são fotografias), 62%. Esse número aumenta para quatro das seis matérias selecionadas no Diário do Povo, 66,66%, e atinge seu maior índice no Jornal O Dia, com nove das 11 matérias acompanhadas de ilustração, 83,33%. Uma fotografia significa muito num jornal impresso, é um critério de importância atribuído à notícia porque funciona como atrativo visual, o que indica um chamado à atenção do leitor ao assunto.

¹ Trabalho apresentado no GT – Mediações e Interfaces Comunicacionais, do Inovcom, evento componente do X Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste.

² Estudante de Especialização do Curso de Teorias da Comunicação e da Imagem da Universidade Federal do Ceará.



Quantitativamente, o Jornal Meio Norte foi o impresso que mais se destacou na produção ou aproveitamento de notícias. Das 38 matérias relacionadas, 21 (55,26%) foram retiradas desse jornal, além três notas em colunas. Em seguida aparece o Jornal O Dia, com 11 matérias (28,94%) e uma nota e, por último, o Jornal Diário do Povo, com seis matérias (15,78%). Dentre as matérias relacionadas, duas figuraram na capa como matéria central (Meio Norte e O Dia). Os temas das duas capas foram: uma denúncia sobre desmatamento de área protegida (O Dia), e o encalhamento de baleias no litoral estrangeiro (Meio Norte). Embora seja um número bem pequeno, é interessante perceber que diante de um leque muito amplo, o destaque permaneceu direcionado ao impacto, ao desastre ambiental. Para o Editor- Chefe do Jornal O Dia, Robson Costa, a denúncia se configura exatamente como missão principal da mídia, no sentido de “alertar as autoridades para o que está acontecendo”, como se as autoridades desconhecessem os fatos.

Para visualizarmos de maneira geral, convencionamos um valor equivalente a 100% da área total de cada jornal. No jornal Meio Norte, cada página mede 1800cm². Multiplicando-se esse valor pela quantidade de páginas dos dois cadernos fixos em que aparecem notícias de meio ambiente (principal e cidades), 18 páginas, temos uma área total de 32400cm² de espaço, sem considerar que exista espaço reservado para publicidade. Ao final de uma semana, considerando sete dias multiplicados por essa área total (226800cm²), obtivemos uma porcentagem total da área destinada ao tema durante a amostra. No Jornal O Dia, as 16 páginas equivalentes aos respectivos cadernos, cada uma medindo 1856cm², temos uma área total do jornal de 29696cm² por dia e 207872cm² por semana. E no Jornal Diário do Povo, cada página com a medida de 1575cm², num total de 16 páginas temos uma área de 25200cm². Esse número, ao final de sete dias, equivale a uma área de 176400cm².

A unidade de análise utilizada para verificar que importância é dada a um determinado tema na Análise de Conteúdo é a medição em centímetros do espaço que cada matéria ocupa dentro do espaço geral de cada página. A amostra verificou que o jornal que dedicou mais espaço ao tema meio ambiente em suas páginas foi o Jornal Meio Norte. Ao todo foram 7575,25 cm quadrados de área visual durante toda a

¹ Trabalho apresentado no GT – Mediações e Interfaces Comunicacionais, do Inovcom, evento componente do X Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste.

² Estudante de Especialização do Curso de Teorias da Comunicação e da Imagem da Universidade Federal do Ceará.



semana, enquanto no Jornal O Dia a área ocupada foi de 5422,2 cm quadrados e no Diário do Povo apenas 1684,5 cm quadrados.

Dentro das características que nos propomos a identificar, apenas uma delas não apareceu na amostra em momento algum: folclorização das ONG's. Todas as demais características que nos propomos a analisar foram observadas com duas ou mais matérias correspondendo às suas propostas. E a característica que mais nos chamou atenção foi, sem dúvida nenhuma, o olhar míope da produção impressa local. Foram nove matérias produzidas sobre água, especialmente sobre os efeitos das chuvas ou da falta delas (desabrigados, promessas de construção de casas pelo governo, perspectivas de seca ou enchente etc). Todos eles assumem caráter de interesse público, carregando em si o valor-notícia de estarem relacionados a um número muito grande de pessoas.

Ainda que essa denúncia, essa investigação seja importante, é impossível não relacionar essa frequência a um período fragmentado, sobre o qual só se voltam a produzir notícias quando os problemas se repetem, não dando um aprofundamento às questões. Não discutindo as causas ou acompanhando as providências, quando existem. Todos os anos a questão da água volta à tona nas instâncias discursivas e quando acaba o inverno ou a estiagem, a pauta é substituída por outras mais “pertinentes” ao momento. Dentro dessa questão do olhar míope, podemos verificar que somente uma matéria aparece na amostra num sentido de continuidade da discussão proposta, uma denúncia sobre desmatamento de área protegida, fato que ocorre com muita frequência em regiões que apresentam vegetação nativa, especialmente nas regiões norte e nordeste.

6. Conclusão

Nossa preocupação inicial era se a mídia atuava em consonância com as novas tendências de preservação, educação e discussão ambiental. Dessa maneira, buscamos verificar como se construía o jornalismo ambiental, qual era o seu discurso e como era produzido. Essa busca nos levou à constatação de que o jornalismo ambiental está baseado na informação ambiental, nasceu como consequência dos primeiros encontros de discussão sobre ela, que adveio de pesquisas científicas por incentivo privado e, no

¹ Trabalho apresentado no GT – Mediações e Interfaces Comunicacionais, do Inovcom, evento componente do X Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste.

² Estudante de Especialização do Curso de Teorias da Comunicação e da Imagem da Universidade Federal do Ceará.



caso brasileiro, governamental. O pontapé inicial, portanto, foi científico. A nossa primeira constatação foi de que a mídia está inserida sim nesse processo. Não está alheia, como não poderia ser, já que atua como uma espécie de vitrine de todas as transformações que ocorrem no mundo.

Nosso segundo passo seria identificar então como se dá essa participação, essa inserção. Foi quando nos deparamos com uma série de críticas, que serviram, sobretudo, para balizar nossa análise. Críticas e sugestões. Duas deles, bastante coerentes, se repetem com frequência em nossa pesquisa: um posicionamento idílico e restrito diante das questões ambientais. Idílico no que concerne às produções que estimulam o preservacionismo, que denunciam as tragédias, mas que não apontam soluções práticas, que não sugerem que as pessoas são parte desse processo de mudança, que está no comportamento delas a maior potencialidade de reverter uma crise. Crise de água, de energia, de equilíbrio nos processos básicos de respiração, alimentação, locomoção etc.

Uma solução sugerida pelo jornalista especializado em meio ambiente Trigueiro (2003) era uma maior produção de matérias que não tivessem necessariamente a palavra “verde” associada à sua composição. Matérias sobre poluição, esgotos, lixo etc. Em nossa amostra pudemos verificar essa produção, mas na maioria dos casos ela recaía em outros problemas, especialmente de restrição do debate à questões de gênero, a disputas políticas, a temáticas esvaziadas. Ou seja, existe sim uma construção de um discurso muito ligado à denúncia, à informação sobre as ações de mau uso dos recursos naturais e sobre a forma como isso se reflete na qualidade de vida das pessoas, mas geralmente generaliza-se tanto que acaba por se perder o foco. Ou, em outra hipótese, as pessoas se sentem alheias ao processo, sem saber direito como podem intervir nele. Denúncia e preservação. Essas são as essências da cobertura jornalística realizada nos impressos do Piauí.

TARGINO (1996) realizou estudo sobre informação ambiental nos impressos do Piauí em 1996, quase dez anos atrás, e recomendou algumas soluções para as questões mais problemáticas da cobertura do tema no Estado. Verificamos que essas recomendações permanecem atuais, o que subsidia a hipótese de que nesse espaço de tempo, pouco se alterou na produção jornalística em questão. Entre essas

¹ Trabalho apresentado no GT – Mediações e Interfaces Comunicacionais, do Inovcom, evento componente do X Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste.

² Estudante de Especialização do Curso de Teorias da Comunicação e da Imagem da Universidade Federal do Ceará.



recomendações estão três particularmente contextualizadas com essa década: tratamento técnico especializado à informação ambiental; maior seletividade no que diz respeito às notícias oriundas de entidades governamentais; maior interação entre jornalistas e cientistas, inclusive nas universidades. Nenhuma das três recomendações apresentou progresso no que concerne à sua essência. Uma das recomendações, sobre maior abertura para as ONG's nos impressos, pode ser considerada como tendência frequente, embora nossa amostra não tenha indicado uma participação mais incisiva do terceiro setor na produção jornalística. Por fim, a primeira de todas as sugestões, sobre atribuir mais atenção à questão ambiental a nível local é uma questão a ser debatida. Que a discussão vem se estruturando socialmente, essa é uma informação real, mas como a mídia vem atuando nesse processo foi a maior de todas as nossas investigações.

REFERÊNCIAS

AGENDA 21 BRASILEIRA – Ações prioritárias. BEZERRA, M. do C. de; FACCHIMA, M.M.; RIBAS, O. (Sec. Exe.) Brasília: MMA/PNUD, 2002. 138 p.

ALVIM, P.C.R. Comunicação da ciência. In: BARROS, A.T. de; DUARTE, J. (Org.). Comunicação para a ciência – ciência para a comunicação. Brasília: Embrapa Informação Tecnológica, p. 47-66. 2003.

BARROS, A.T. de. Poder, saber e discursos ecológicos no Brasil: ciência, estado e imprensa. In: BARROS, A.T. de; DUARTE, J. (Org.). Comunicação para a ciência – ciência para a comunicação. Brasília, DF: Embrapa Informação Tecnológica, p. 67-94. 2003.

FERNANDES, A.M. A construção da ciência no Brasil e a SBPC. Disponível em: <<http://www.sbpcnet.org.br>>. Acesso em: 21 jun., 2005.

FONSECA, A.A. da. Água de uma fonte só. In: BOAS, S.V. (Org.). Formação e informação ambiental: jornalismo para iniciados e leigos. São Paulo: Summus, p. 111-148, 2004. Coleção Formação e Informação.

FONSECA Jr, W.C. da. Análise de conteúdo. In: BARROS, A.T. de; DUARTE, J. Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação. São Paulo: Atlas, p. 281-303, 2005.

FREITAS, H.M.R. de; Janissek, R. Análise léxica e análise de conteúdo: técnicas complementares, sequenciais e recorrentes para exploração de dados qualitativos. Porto Alegre: Editora Sagra Luzzatto, 2000. 176 p.

¹ Trabalho apresentado no GT – Mediações e Interfaces Comunicacionais, do Inovcom, evento componente do X Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste.

² Estudante de Especialização do Curso de Teorias da Comunicação e da Imagem da Universidade Federal do Ceará.



GIDDENS, A. As conseqüências da modernidade. São Paulo: Ed. da Universidade Estadual Paulista, 1991. 177 p.

SCHARF, R. Verde como dinheiro. In: BOAS, S.V. (Org.). Formação e informação ambiental: jornalismo para iniciados e leigos. São Paulo: Summus, p. 49-78, 2004. Coleção Formação e Informação.

TARGINO, M. das G. Informação ambiental: uma prioridade nacional? Informação & sociedade: estudos, João Pessoa, v. 4, n. 1, p. 51-84, 1994.

TARGINO, M. das G.; BARROS, A.T. A informação ambiental no jornalismo piauiense. In: DENCKER, A. de; KUNSCH, M.M.K. (Org.). Comunicação e meio ambiente. São Bernardo do Campo: INTERCOM, p. 71-100. 1996.

TRIGUEIRO, A. Meio ambiente na idade média. In: TRIGUEIRO, A. Meio ambiente no século 21. Rio de Janeiro: GMT, p. 75-89, 2003.

WOLF, M. Teorias das comunicações de massa. São Paulo: Martins Fontes, 2003. 272 p.

¹ Trabalho apresentado no GT – Mediações e Interfaces Comunicacionais, do Inovcom, evento componente do X Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste.

² Estudante de Especialização do Curso de Teorias da Comunicação e da Imagem da Universidade Federal do Ceará.