



Mudanças de paradigmas e o papel da mídia: a comunicação como ferramenta do processo de transição¹

Thâmara Danielle Filgueiras SANTOS²

Resumo: Este artigo apresenta reflexões acerca do processo de agendamento, observando os efeitos e relações entre as agendas midiática, pública e de políticas governamentais. Estabelece uma análise comparativa da atenção e do enquadramento dados na cobertura jornalística de temáticas ambientais no Tocantins, tomando como objeto o Jornal do Tocantins – único jornal diário do Estado –, entre o período da realização do seminário Crise Civilizacional, comparado com outras ocasiões não coincidentes com o citado evento. Faz uma reflexão sobre o olhar da mídia impressa para a questão ambiental – muito debatida na atualidade e que se insere como editoria em diversos jornais de grande circulação nacional – principalmente com relação à abordagem feita de forma espontânea.

Palavras-chave: Agendamento. Mídia impressa. Jornalismo ambiental. Mudança de paradigma.

Introdução

O desenvolvimento da humanidade sempre aconteceu com o domínio e manipulação da natureza. Desde os povos pré-históricos, com o processo de sedentarização que permitiu a organização social de forma complexa, até o processo de industrialização, quando foi alcançado o seu apogeu. Com isso, muitas sociedades entraram num sistema de acúmulo de riquezas baseado no uso predatório dos recursos naturais.

¹ Trabalho apresentado ao GT-03 História da Mídia Impressa.

² Especialização em Comunicação, Sociedade e Meio Ambiente, Universidade Federal do Tocantins, thamarafilgueiras@gmail.com.

Alcar – Associação Brasileira de Pesquisadores de História da Mídia
I Encontro de História da Mídia da Região Norte
Universidade Federal do Tocantins – Palmas – outubro de 2010

Atualmente, fala-se da necessidade de propiciar bem-estar a todos e do uso adequado dos recursos naturais disponíveis, que só será permitido com um novo modelo de gestão. A ideia é defendida pelo pensador francês Edgar Morin e foi debatida durante o “Seminário Internacional Crise Civilizacional: Distintos Olhares – transição de paradigmas de desenvolvimento nos países do sul”, que aconteceu entre os dias 22 a 24 de junho de 2009, no Tocantins, e reuniu pesquisadores de diferentes países para debater questões ambientais e desenvolvimento.

O evento chamou a atenção da imprensa local, sobretudo por questionar o desenvolvimento dos países do hemisfério norte, propor um novo modelo de gestão para os países do sul, considerado por alguns como os “líderes mundiais” nesse novo processo. A ideia é desafiadora e ainda está em construção, mas segundo os palestrantes do Seminário, é urgente e necessária.

O olhar da mídia sobre essas questões é importante de ser refletido, pois é por meio da comunicação que elas serão amplamente difundidas na sociedade e ganharão espaço nos debates. Dessa forma, este trabalho pretende observar como um dos principais veículos de comunicação do Estado, o Jornal do Tocantins, realizou a cobertura do evento, comparando a abordagem do tema feita anteriormente e como passou a ser abordado após o aprofundamento feito durante o debate do seminário. Para tanto, será levado em consideração o objetivo geral da comissão organizadora: verificar se acontece uma abordagem aprofundada dos temas que envolvem questões ambientais e desenvolvimento. A questão central levantada aqui é se o seminário contribuiu para um aprofundamento da cobertura do meio ambiente na agenda midiática ou se a mídia continuou a tratar o tema da mesma forma que era abordado anteriormente.

A questão do conhecimento

“Voltem às compras!” Esse foi o pedido do presidente dos Estados Unidos, George Bush, após os atentados terroristas de 11 de setembro de 2001, mas também pode ser entendido como uma espécie de *slogan* mundial da sociedade moderna em que todos os dias são lançados novos produtos no mercado, com seus anúncios de segundo a

Alcar – Associação Brasileira de Pesquisadores de História da Mídia
I Encontro de História da Mídia da Região Norte
Universidade Federal do Tocantins – Palmas – outubro de 2010

segundo, nos mais diversos canais de comunicação de todo o mundo. Tal qual a teoria da agulha hipodérmica³, na sociedade atual as informações são injetadas na mente das pessoas, plantando uma necessidade de consumo sem deixar espaço para que as pessoas pensem: “Eu preciso disso?”.

O consumo descontrolado, argumenta Campos (2007), tem sido elevado ao *status* de religião moderna, proporcionando crescimento econômico infindável às custas do uso irracional dos recursos naturais disponíveis, muitos deles não renováveis. “Até quando a natureza suportará o "paradigma do consumo" que norteia, há várias décadas, o comportamento da sociedade humana?” (CAMPOS, 2007, p. 02, grifo do autor).

Propor uma transição de paradigmas não é tarefa das mais fáceis. É necessário que haja o envolvimento de muitas pessoas, até mesmo nações, nesse processo. O pesquisador Luiz Renato D’Agostini apresenta um dilema que, segundo ele, é responsável por essa difícil transição: o conflito entre o Eu e o Nós, uma preocupação com o individual e também com a espécie humana. Segundo ele, “o mesmo ser que quer mais para si próprio também se preocupa que não se pegue meios demais para que a espécie possa sobreviver” (informação verbal)⁴.

Essa reflexão não é nova. Edgar Morin – idealizador de um seminário que tem como principal objetivo reunir diversos saberes de diferentes segmentos sociais para debater a transição de paradigma do desenvolvimento em vigência –, acredita que a transdisciplinaridade, que não pretende alcançar o domínio sobre várias outras disciplinas, mas a abertura de todas elas àquilo que as atravessa e as ultrapassa, possa ser uma ferramenta para essa mudança de paradigma que passa por uma mudança de mentalidade social, por um pensamento mais crítico e complexo⁵.

³ “Este paradigma defendia a visão de que as mensagens massmediatizadas têm um impacto direto nas pessoas, produzindo inevitavelmente comportamentos prognosticáveis; esses *efeitos* aconteciam em todas as pessoas, fossem quais fossem os atributos sociais ou psicológicos do indivíduo; e todas as pessoas eram membros iguais de uma audiência de massas que respondia de forma iguala todos os estímulos mediáticos” (TRAQUINA, 2005, p. 13, grifo do autor).

⁴ Informação fornecida por Luiz Renato D’Agostini na XVI Jornada de Iniciação Científica da Unitins, em Palmas, em novembro de 2009.

⁵ Edgar Morin aborda na sua Introdução ao Pensamento Complexo (1991), a questão da complexidade e suas implicações, base para o pensamento complexo, que vê o mundo como um todo indissociável. Para ele “à primeira vista, a complexidade (*complexus*: o que é tecido em conjunto) é um tecido de constituintes heterogêneos inseparavelmente associados: coloca o paradoxo do uno e do múltiplo. Na segunda abordagem, a complexidade é efetivamente o tecido de acontecimentos, ações, interações,

Alcar – Associação Brasileira de Pesquisadores de História da Mídia
I Encontro de História da Mídia da Região Norte
Universidade Federal do Tocantins – Palmas – outubro de 2010

Uma observação dos padrões da sociedade moderna indica que existe uma relação, que é inversamente proporcional, entre pensamento e consumo, ou seja, “quanto menos penso, mais consumo”. De outra maneira, o consumo está diretamente ligado à comunicação, mais especificamente à mídia. Campos (2007, p. 09) compara o homem moderno ao Mito da Caverna de Platão, utilizando como pano de fundo a teoria da agulha hipodérmica.

Como que subliminarmente, as pessoas vão sendo condicionadas a aceitarem os padrões de consumo ostentados nas novelas e filmes, passando a desejar o mesmo brinco da atriz, o mesmo sapato do ator, o mesmo vestido, o mesmo penteado, a mesma bebida, o mesmo estilo de vida ou de comportamento... sem se perguntar: “Eu preciso disto para ser feliz?”.

O problema do consumismo desenfreado não incide apenas no plano do comportamento individual, pois o impacto que ocasiona no âmbito das relações sociais interfere na continuidade desse sistema. Esta não é uma questão que diz respeito a cada pessoa isoladamente, mas à coletividade. D’Agostini cita como exemplo de reflexão a situação em que duas pessoas usem veículos de status distintos, uma possuindo uma Ferrari e a outra, uma Kombi, para demonstrar como o fato de desfrutar exageradamente dos meios disponíveis passa a ser padrão da sociedade. Para ele, o dono da Ferrari representa um problema, pois “é a quantidade de ordem que o universo precisa fazer fluir para existir alguém dispendo de uma Ferrari que é um exagero em atenção aos Eus” (informação verbal)⁶.

No entanto, a mesma mídia que incentiva o aumento do consumo também abre espaço para a possibilidade de uma nova mentalidade social, por meio da inserção de propagandas institucionais, de organizações não governamentais, que defendem o uso sustentável dos recursos disponíveis e da inserção de notícias com a temática ambiental.

retroações, determinações, acasos, que constituem o nosso mundo fenomenal. Mas então a complexidade apresenta-se com os traços inquietantes da confusão, do inextricável, da desordem, da ambigüidade, da incerteza... Daí a necessidade, para o conhecimento, de pôr ordem nos fenômenos ao rejeitar a desordem, de afastar o incerto, isto é, de selecionar os elementos de ordem e de certeza, de retirar a ambigüidade, de clarificar, de distinguir, de hierarquizar... Mas tais operações, necessárias à inteligibilidade, correm o risco de a tornar cega se eliminarem os outros caracteres do complexus; e efetivamente, como o indiquei, elas tornam-nos cegos” (p. 17 – 19). No entanto, o emprego do termo complexo neste artigo pretende confrontar o pensamento simples e fútil disseminado amplamente na sociedade capitalista, movida pelo consumo descontrolado, que é contrário à ideia de sustentabilidade.

⁶ Informação fornecida por Luiz Renato D’Agostini na XVI Jornada de Iniciação Científica da Unitins, em Palmas, em novembro de 2009.

Alcar – Associação Brasileira de Pesquisadores de História da Mídia
I Encontro de História da Mídia da Região Norte
Universidade Federal do Tocantins – Palmas – outubro de 2010

Essa não é vantagem apenas da propaganda, que está relacionada à venda; o tema também já se insere no campo das notícias. Em uma análise realizada a respeito do jornalismo ambiental em Portugal e Espanha, Jorge P. Sousa (2008) afirma que as questões ambientais têm tido, nos últimos anos, presença assídua nos conteúdos midiáticos e que o interesse pelo assunto têm aumentado entre a própria população.

O conceito de agendamento, do inglês *agenda-setting*, traz uma explicação que relaciona o aumento de notícias sobre o meio ambiente com o crescente interesse por parte da população pelo assunto. O agendamento, na verdade, é, segundo Traquina (2005, p. 13), um refinamento da pesquisa realizada pelos estudiosos da teoria hipodérmica, mas que tem o “reconhecimento cada vez mais claro de um poder midiático (leia-se jornalístico) muito superior ao poder inicialmente postulado”. É relevante ressaltar que a observação feita por Traquina refere-se ao fato de que quase todos os estudos dos “efeitos” da mídia utilizam dados baseados em análises dos conteúdos da produção no campo jornalístico.

Segundo o autor, isso se deve ao fato de que as diversas agendas, seja ela midiática, da política governamental ou pública⁷ – os três componentes que constituem o processo do agendamento –, estabelecem uma relação entre si. Um exemplo dessa interação pôde ser observado no seminário internacional “Crise Civilizacional: Distintos Olhares”, que mobilizou pesquisadores, gestores, empresas de comunicação e população em geral em torno da discussão sobre uma transição de paradigma de desenvolvimento nos países do hemisfério sul. O papel da mídia nesse processo de transição, uma alternativa ao consumismo e ao sistema capitalista foram constantes nos debates. Segundo citou K. & Höslé (2001, p. 249 apud CAMPOS, 2007, p. 04), “um novo paradigma somente surge quando o anterior é totalmente explorado em todas as suas variáveis [...] tudo indica que ainda é cedo para vislumbrar nesse paradigma o esgotamento que cederia lugar ao novo”. Isso porque, a cada dia, surgem maneiras diferentes de explorar atividades segundo preceitos capitalistas que têm o consumo

⁷ “Os estudos da *agenda midiática* são definidos como os estudos dos conteúdos da mídia, os estudos da *agenda pública*, definidos como os estudos que conceituam a relativa importância dos diversos acontecimentos e assuntos por parte de membros do público, e os estudos sobre a *agenda das políticas governamentais*, definidos como o estudo da agenda das entidades governamentais” (TRAQUINA, 2005, p. 19, grifo do autor).

Alcar – Associação Brasileira de Pesquisadores de História da Mídia
I Encontro de História da Mídia da Região Norte
Universidade Federal do Tocantins – Palmas – outubro de 2010

como plano principal e o acúmulo de riquezas o objetivo fundamental. Dentro desse contexto, até mesmo a mensagem “salvem o planeta” passou a ser vendida pelas diversas empresas que buscam conquistar todos os mercados consumidores, sustentáveis ou não.

Portanto, tratar das questões ambientais num cenário em que “o consumo excessivo é uma doença psicológica e uma grande injustiça contra a natureza e os outros homens” (CAMPOS, 2007, p. 07) é um desafio e deve ser trabalhado em conjunto pelas diversas sociedades como uma mudança que deve acontecer a partir de um esforço em conjunto e direcionado pela transdisciplinaridade, em que os conhecimentos possam ser compartilhados em diferentes espaços físicos e culturais, com a valorização do saber que cada cultura possui e uma *metamorfose da consciência*, entendida como um processo de transformação da sociedade planetária.

A contribuição de D’Agostini apresenta uma alternativa para a transdisciplinaridade. O caso das ciências humanas, que trabalham com conceitos determinantes e orientadores, segundo a análise feita pelo pesquisador, e as exatas, que são, em tese, objetivas e trabalham com grandezas mensuráveis. Num exemplo, ele cita que

a filosofia e a sociologia ficam discutindo excessivamente os conceitos e os valores, mas de uma forma muito subjetiva. Se partirmos para as ciências exatas, elas são muito objetivas, mas trabalham com dimensões que não nos orientam. Por exemplo: o médico precisa avaliar as informações (conceitos) dadas pelo paciente e o que diz no prontuário (medidas) para dar alta. Ele tem que associar as expressões cheias de significado, mas de uma forma objetiva, com as medidas do termômetro, do aparelho de pressão, e se coincidir que o paciente está feliz e os parâmetros forem bons, o médico concluirá que ele deve ter alta. Significa que o médico não pode se decidir pela fumaça que o paciente faz, seja ela preta ou branca, e não pode somente olhar os cristais dos números. Imaginemos uma vela queimando: tem uma parte mais sólida, que é a parafina, e a fumaça. Nós não somos nem a fumaça e nem a parafina, mas a chama. Nós não somos ciências exatas e nem ciências humanas, mas precisamos associar a subjetividade daquilo que nos move com a objetividade de identificar quem se move melhor (informação verbal)⁸.

Dessa maneira, a construção de uma nova mentalidade socioambiental acontecerá por meio de teorias que serão modificadas para se adequarem a essa nova proposta. Teorias estas que deverão ser mais flexíveis, capazes de se metamorfosearem,

⁸ Informação fornecida por Luiz Renato D’Agostini na XVI Jornada de Iniciação Científica da Unitins, em Palmas, em novembro de 2009.

de se adequarem para a solidificação de uma sociedade justa, comprometida com a vida e capaz de se manifestar de forma coerente perante a desigualdade da humanidade. De outro modo, o debate pode se exaurir antes mesmo de se aproximar de um resultado promissor.

A comunicação exerce um papel importante nesse processo de transição, tendo em vista que “os conteúdos dos meios de comunicação influenciam os temas de conversação pública” (SOUSA, 2008, p. 08) e é por meio dela que essa ideia será amplamente difundida na sociedade, tendo em vista que a comunicação é um instrumento fundamental na troca de informações e de estímulo da cidadania. Ela “tem como incumbência a construção da coesão social. Ela permite às pessoas ficarem sabendo o que acontece em volta delas para tomarem atitudes e, através de suas ações, construir uma identidade comum” (PARK, 1972, p.183 apud DALTOÉ, 2004, p. 04). Com isso, o tema ganhará espaços cada vez mais significativos nos debates das diversas agendas.

O ambiente e a agenda midiática

Apesar de muitas pessoas se preocuparem com a estabilidade do atual sistema capitalista e o funcionamento de suas diversas indústrias, o consenso entre muitos pesquisadores, políticos, instituições não governamentais e até mesmo empresários é de que se faz necessária uma conscientização para um consumo sustentável, sob o risco de que se colapse a disponibilidade de recursos naturais devido ao sistema socioeconômico vigente. Sobre isso, Campos (2007, p. 02) questiona

até quando a natureza suportará o "paradigma do consumo" que norteia, há várias décadas, o comportamento da sociedade humana? [...] O que podem fazer os jornalistas por um mundo melhor se eles mesmos acabam se tornando peças de reposição na formidável engrenagem da mídia? (grifo do autor).

Apesar disso, a temática ambiental só passou a fazer parte da pauta dos veículos de comunicação há pouco tempo: após a Conferência da Biosfera, que aconteceu em 1968, em Paris. Posteriormente, a Conferência sobre Meio Ambiente da Organização das Nações Unidas (ONU), em Estocolmo, em 1972, colocou o tema novamente em

Alcar – Associação Brasileira de Pesquisadores de História da Mídia
I Encontro de História da Mídia da Região Norte
Universidade Federal do Tocantins – Palmas – outubro de 2010

destaque. O buraco na camada de ozônio, o aquecimento global e as questões referentes à Amazônia eram os principais temas abordados pela mídia durante a década de 80. Segundo Cottle (1993, apud SOUSA, 2008, p. 05), isso se deve a mudanças nas correntes de opinião que já ocorrem com muito mais força em diversos países, como os europeus, por exemplo.

No Brasil, o ambiente somente ganhou um espaço realmente notório nos veículos de comunicação com a cobertura da Cimeira da Terra, que aconteceu no Rio de Janeiro, em 1992, quando muitos abriram seções, suplementos e programas específicos para o tema ecologia e demais assuntos, como biodiversidade e ecossistema, se popularizaram.

No Tocantins, onde os veículos de comunicação ainda estão em processo de consolidação, a temática ambiental ainda não faz parte da ordem do dia das pautas jornalísticas, sendo somente inserido na agenda midiática durante algum evento, anúncio de descobertas científicas e declarações do governo. Isso porque, segundo Sousa (2002, p. 03), alguns “fatores interferem na construção da notícia, sejam eles de natureza pessoal, social, ideológica, histórica ou do meio físico e tecnológico”. Além disso, a escolha de assunto a ser abordado pelo veículo também depende de certos aspectos:

determinados acontecimentos, ideias e temáticas são, de algum modo, os referentes dos discursos jornalísticos. Porém, o “acontecimento” ganha na competição, até porque o ritmo do trabalho jornalístico dificultaria que se desse um ênfase semelhante às problemáticas (TUDESCQ, 1973) e aos processos sociais invisíveis e de longa duração (FONTCUBERTA, 1993) (SOUSA, 1999, p. 05, grifo do autor).

Tendo isso em consideração, não é difícil compreender o caráter de *notoriedade* para que um fenômeno se torne parte do processo de “pautamento” dos veículos de comunicação. Neste ponto, o seminário Distintos Olhares trouxe pesquisadores e gestores de diferentes nacionalidades que abordaram, dentre outros assuntos, o papel do Brasil como líder nesse processo de transição, já que possui em seu território a maior parcela da Floresta Amazônica, considerada o “pulmão do mundo”.

Essa é uma das maneiras de divulgar e popularizar determinado assunto, pois, segundo argumenta Sousa (2008, p. 17), “uma das razões para o agendamento dos problemas ambientais nas várias agendas resulta do fato de muitos desses problemas

Alcar – Associação Brasileira de Pesquisadores de História da Mídia
I Encontro de História da Mídia da Região Norte
Universidade Federal do Tocantins – Palmas – outubro de 2010

serem diretamente vivenciados pelas pessoas”. O seminário promoveu ampliação e aprofundamento no debate no Tocantins acerca das questões ambientais durante a semana de seu acontecimento. A questão é se contribuiu também para a continuidade desse debate na agenda midiática.

Dentro dessa mesma perspectiva, Boorstein (1971 apud SOUSA, 1999, p. 06) propõe que existem pseudo-acontecimentos que são provocados e fabricados com o intento de se tornarem objeto de discurso jornalístico, que seriam, obviamente, acontecimentos previsíveis.

Dentro desta ideia, também é possível falar dos acontecimentos midiáticos, uma noção que Katz (1980) apresenta para designar acontecimentos programados e planejados para se tornarem notícia, mas que ocorreriam mesmo sem a presença dos meios de comunicação, como as ocasiões de Estado (a cerimônia de assinatura de um tratado, por exemplo), as missões heróicas (a partida de um vaivém espacial...) ou as competições simbólicas (jogos olímpicos...).

Esses acontecimentos midiáticos acabam por favorecer a entrada de um assunto na agenda midiática. E, utilizando como referência a citação de Bernard Cohen (1963, p. 120 apud SOUSA, 2008, p. 08) quando afirma que "na maior parte do tempo, a imprensa pode não ter êxito em dizer aos leitores o que pensar, mas é espantosamente exitosa em dizer aos leitores *sobre* o que pensar", esses pseudo-acontecimentos podem acabar por contribuir para a entrada de certos temas na agenda midiática e, conseqüentemente, possibilitar uma conscientização e eventual mudança de atitude ambiental. Por exemplo, Holbert, Kwak e Shah (2003) mostraram que as notícias ambientais e os documentários da natureza emitidos pela televisão contribuem para a adoção de comportamentos pró-ambientais por parte das pessoas.

Com base nestas reflexões, pode-se afirmar que os veículos de comunicação já fazem parte do cotidiano das pessoas, conferindo um papel importante na mudança de comportamento. Por isso, é preciso ter uma preocupação maior com as implicações políticas e sociais da atividade jornalística e com o papel das notícias, pois o que se observa é que a notícia é tratada como mais uma mercadoria, com todos os seus apelos estéticos, emocionais e sensacionais, pronta para atender as necessidades de consumo da população (MARCONDES FILHO, 1986, p.13 apud DALTOÉ, 2004, p. 07).

O Jornal do Tocantins – um recorte da cobertura jornalística tocantinense

Com base no exposto, a comunicação tem um papel de destaque na sociedade contemporânea, sendo considerada uma espécie de quarto poder. Isso porque, segundo a teoria do agendamento, as empresas envolvidas no processo de noticiamento exercem grande influência sobre os temas abordados pela população em seu cotidiano, conforme ressaltaram McCombs e Shaw (1997): “a capacidade dos mídia em influenciar a projeção dos acontecimentos na opinião pública confirma o seu importante papel na figuração da nossa realidade social” (apud TRAQUINA, 2005, p. 14). No Tocantins, um dos veículos de comunicação de destaque é o Jornal do Tocantins, sendo o único com tiragem diária, e é considerado pelos gestores, empresários e leitores em geral como uma espécie de “termômetro” da notícia no Estado.

Com o objetivo de iniciar um estudo dessa influência da mídia no Estado, foram consideradas matérias veiculadas entre os meses de maio a julho de 2009, período este relacionado ao acontecimento do seminário Crise Civilizacional. Mais especificamente, foi levantado material acerca das seguintes temáticas: Amazônia, ecologia, recursos hídricos, desmatamento, queimadas e clima. Quanto ao recorte da análise, foram selecionadas três matérias de cada mês, incluindo a cobertura do evento tratado aqui.

Foi possível constatar que o jornal utiliza o conceito de objetividade como eixo orientador da atividade jornalística, possivelmente como uma forma de aproximar o máximo possível da ideia de imparcialidade – questionada desde meados do século XX, principalmente após a Guerra do Vietnã, que corroborou para que valores dominantes da sociedade de consumo fossem colocados em questão, culminando num *novo jornalismo* (TRAQUINA, 2005). Apesar dessa tendência, ainda é comum que as abordagens realizadas pela mídia, principalmente no que se refere aos temas ambientais, não sejam devidamente contextualizadas.

Isto pode ser constatado em uma observação da cobertura desse tema feita pelo Jornal do Tocantins. Durante os meses analisados, o meio ambiental apareceu nesta mídia de forma superficial, comumente realizando uma interface com as agendas pública e de políticas governamentais, mas sem que apresentasse uma correlação entre o

foco da notícia e os problemas ambientais e sociais envolvidos. Isso pode ser ilustrar com a matéria veiculada no dia 14 de maio:

CHUVAS

Águas do Rio Tocantins baixam dois metros

Palmas - O Rio Tocantins abaixou aproximadamente dois metros. A informação é da Coordenadoria Estadual da Defesa Civil, após visita realizada nos 13 municípios atingidos pelas chuvas no Tocantins. Com isso, as cidades que margeiam o Rio Tocantins saem do estado de alerta. Entretanto, o órgão comunicou que o Rio Araguaia continua com o nível elevado e inspirando cuidados. Os técnicos chegaram no início desta semana na área atingida para realizar uma vistoria in loco. Apesar do Araguaia continuar com o nível elevado, até o momento nenhuma família precisou ser desalojada.

O enquadramento dado à notícia diz respeito a um acontecimento que interfere diretamente no cotidiano de um grande número de pessoas e, embora o texto indique que a situação atual ainda “inspira cuidados”, o jornalista não os relaciona. Ao finalizar o texto, é mostrada a previsão do tempo para a região, dando atenção somente à interface climática deste fato.

É pertinente ressaltar também que o agendamento se concretiza na cobertura jornalística desse veículo de comunicação, sendo que o processo é interativo, existindo também a influência exercida pelas agendas pública ou de políticas governamentais sobre a agenda midiática, mesmo que de forma gradual⁹. O exemplo de notícia selecionado demonstra isso claramente. A matéria foi veiculada no dia 1º de maio:

MEIO AMBIENTE

Discutido plano contra as queimadas

Abertura da notícia:

Palmas - Durante a reunião de elaboração do Plano Municipal de Combate a Queimadas de 2009, realizada na tarde de ontem, ficou definido que serão reforçados os trabalhos desenvolvidos no ano passado. O evento ocorreu na Diretoria de Meio Ambiente e o plano é resultado de uma ação conjunta entre a Secretaria Municipal de Desenvolvimento Urbano, Meio Ambiente e Habitação, Guarda Metropolitana e Parceiros.

⁹ Ver Erbrig, L. Goldenberg, E. Miller, A. H. Front-page news and real-world cues: another look at agenda-setting by the media. American Journal of Political Sciences, Vol. 24, 1980.

**Alcar – Associação Brasileira de Pesquisadores de História da Mídia
I Encontro de História da Mídia da Região Norte
Universidade Federal do Tocantins – Palmas – outubro de 2010**

O jornalista optou por apresentar os fatos, mesmo assim é notável a influência exercida pela agenda de políticas governamentais, ao invés de aprofundar o assunto em questão. Essa mesma interação entre as diversas agendas pode ser observada na relação da agenda midiática com a agenda pública, que também merece atenção. Por exemplo, a matéria veiculada em 15 de maio¹⁰:

BORBOLETA AZUL

Responsabilidade ambiental em pauta

Palmas - Responsabilidade socioambiental e urbanística foram os temas escolhidos para serem discutidos durante o lançamento da pedra fundamental e assinatura da ordem de serviço para a construção do Bosque da Borboleta Azul. A ação ocorreu ontem, na sede escritório do Capim Dourado Shopping, em Palmas. O evento contou com a presença do prefeito da Capital, Raul Filho (PT), do diretor presidente do Grupo Skipton, Carlos Amastha, além de autoridades municipais e representantes de órgãos ambientais.

Embora a temática ambiental pareça ser o foco do acontecimento que é noticiado, não foi feita uma correlação entre o impacto ambiental causado pela construção do empreendimento e a necessidade desse tipo de contrapartida por parte dos empresários.

Diferente, desse posicionamento, foi a cobertura do seminário Crise Civilizacional, que teve um caderno especial com diversas ilustrações, boxes e infográficos anunciando o acontecimento. A matéria de capa desse caderno, que saiu no dia 21 de junho, diz:

SEMINÁRIO INTERNACIONAL

Distintos olhares sobre o futuro da humanidade

Pensadores de várias partes do mundo se reúnem em Palmas para debater as crises globais enfrentadas pela civilização

O planeta está à beira de uma crise civilizacional. Em 1950, éramos 2,5 bilhões de pessoas habitando a terra. Hoje, passamos dos 6,5 bilhões e, até 2050, as Nações Unidas

¹⁰ Mais tarde, esse mesmo tema seria objeto de notícia durante a cobertura do seminário Crise Civilizacional, quando o senador Cristovam Buarque, um dos palestrantes do evento e escritor de um livro com o título Borboleta Azul, seria convidado a visitar as futuras instalações do bosque.

Alcar – Associação Brasileira de Pesquisadores de História da Mídia
I Encontro de História da Mídia da Região Norte
Universidade Federal do Tocantins – Palmas – outubro de 2010

estimam que contaremos 9 bilhões de habitantes. Será que o planeta pode suportar essa extraordinária expansão?

Neste caso, o jornalista escolheu um enquadramento mais parcial, se posicionando e aprofundando o debate em relação às questões apresentadas durante o evento, como fome, água, desemprego – que, embora tenham gênese e origem diferentes, fazem parte do contexto da transdisciplinaridade. “A seleção dos tópicos para a agenda jornalística e a seleção de enquadramento para as ‘estórias’ acerca desses tópicos são poderosos papéis de agendamento e responsabilidades éticas terríveis”, ressalta McCombs (1992, apud TRAQUINA, 2005, p. 54), que também revela que o efeito desse agendamento ocorre em maior nível com pessoas que têm uma grande necessidade de obter informação sobre o assunto, devido a uma “necessidade de orientação” e, conseqüentemente, maior exposição aos meios noticiosos.

A mesma atenção dada à matéria citada anteriormente pode ser verificada também nas demais notícias acerca do seminário Crise Civilizacional. Outro exemplo acerca dessa abordagem pode ser mostrado na notícia veiculada no dia 23 de junho:

CRISE CIVILIZACIONAL

Modelo de desenvolvimento leva o mundo à catástrofe

Opinião de sociólogo francês Edgar Morin foi expressada em palestra ministrada na abertura de seminário ontem

O modelo de desenvolvimento econômico adotado pela humanidade está levando o mundo à catástrofe. Essa é a opinião do sociólogo e pensador francês Edgar Morin, que defende a unidade da humanidade com respeito às diversidades, de forma a deixar de lado o modelo de desenvolvimento padrão instituído pela civilização ocidental. Com a palestra Em direção ao abismo? Quais as alternativas?, Morin abriu a programação do Seminário Internacional Crise Civilizacional: Distintos Olhares e deu uma aula de história da humanidade.

Mesmo que as questões apresentadas sejam produto de estudos de pesquisadores e especialistas, o jornalismo ambiental pode utilizar dessas análises científicas para pautarem mesmo as notícias cotidianas. Utilizando como exemplo a notícia veiculada no dia 02 de junho a respeito da temática ambiental no contexto social, o jornal poderia aprofundar esses problemas e ser mais um aliado na educação ambiental.

MEIO AMBIENTE

Áreas de Palmas viram lixão a céu aberto

Palmas - Pneus, embalagens de óleos lubrificantes, pias, vasos sanitários, carcaças de computadores e impressoras, entulho de construção, entre outros estão sendo descartados em quadras desabitadas, entre a antiga avenida que dava acesso à Praia do Prata, na altura da 703 Sul (Arso 71), até a área entre a 407 Sul (Arso 43) e o setor de clubes. Entre as quadras onde o lixo é descartado passa o Córrego Prata, que desembocam no Lago de Lajeado. De acordo com uma pessoa que preferiu não se identificar, vem caminhões de várias partes da cidade e das quadras próximas jogar lixo na região. “Aqui tem lixo que você vê que não é de pobre, é coisa de rico”.

Apesar de muitos estudos já confirmarem a importância que os veículos de comunicação e, comprovadamente, as notícias têm sobre a formação de opinião e no comportamento das pessoas, o jornalismo segue sem fazer uma contextualização e aprofundamento necessários até mesmo para uma melhor compreensão dos acontecimentos noticiados. No caso da cobertura do tema ambiental feita pelo Jornal do Tocantins, apesar de ter sido dada uma atenção e espaço consideráveis para as matérias que trataram do seminário Crise Civilizacional, de maneira geral, esse assunto é tratado de forma simplista.

Veja sobre isso o recorte feito de duas matérias do mês posterior ao acontecimento do seminário:

ALERTA

Queimadas urbanas já preocupam na Capital

Palmas - Os incêndios urbanos começam a preocupar em Palmas. Nesta primeira semana de julho, as equipes do Corpo de Bombeiros e brigadistas da Guarda Metropolitana de Palmas atenderam 22 ocorrências de queimadas, segundo dados do Sistema Integrado de Operações (Siop). Na tarde de ontem, o Corpo de Bombeiros foi acionado para combater um incêndio na região Norte de Palmas, próximo a NS-03.

Ainda de acordo com os dados do Siop, de 1º de janeiro até ontem foram registrados 118 ocorrências de focos de incêndios. No ano passado, no mesmo período, foram 183.

MEIO AMBIENTE

Cipama realiza operação em quatro municípios

Palmas - Durante os quatro dias de operação realizada pela Companhia Independente de Polícia Militar Ambiental (Cipama), em quatro municípios do interior, as multas

Alcar – Associação Brasileira de Pesquisadores de História da Mídia
I Encontro de História da Mídia da Região Norte
Universidade Federal do Tocantins – Palmas – outubro de 2010

resultaram em um total de R\$ 4,6 mil. A ação, que incluiu fiscalização e educação ambiental, iniciou no dia 10 e terminou ontem.

Nelas, os assuntos ‘queimadas’ e ‘fiscalização/educação ambiental’ foram lançados sem uma devida análise de seu contexto. Dessa forma, ao invés de munir de informações a sociedade e contribuir para uma concepção de pensamento crítico, essas notícias somente cumprem uma função de interação das agendas, já pontuada anteriormente.

Apesar de os estudiosos do agendamento se dedicarem a analisar as campanhas eleitorais americanas, a conclusão a que chegaram pode indicar um comportamento geral das pessoas com relação à mídia, no sentido de que a mídia noticiosa pode ensinar aos membros da audiência que apresentam “necessidade de orientação” quais as questões e tópicos devem utilizar na avaliação dos candidatos e partidos políticos, inclusive durante os períodos mais longos entre campanhas (WEAVER, MCCOMBS e SPELLMAN, 1975, apud TRAQUINA, 2005). Tendo em vista o exposto, pode-se utilizar a conclusão dessa pesquisa para afirmar que os meios de comunicação noticiosos podem também contribuir para uma conscientização da sociedade acerca de um novo pensamento que direcione as pessoas para um comportamento sustentável. Pois, embora haja certos limites no efeito ocasionado pelo processo de agendamento, a mídia e os jornalistas têm um importante papel a desempenhar nessa mudança de paradigma social. No entanto, isso só será possível se as mídias noticiosas adotarem um posicionamento mais responsável perante o fato abordado, tratando-o de forma mais complexa.

Considerações finais

Após avaliar a abordagem feita pelo Jornal do Tocantins sobre a temática ambiental, foi possível constatar que, mesmo após a mobilização feita pelos organizadores do seminário Crise Civilizacional para que a mídia desse um enquadramento diferente às notícias relacionadas à temática ambiental e seus desdobramentos para o sistema social, estas mantiveram o mesmo padrão de foco após

Alcar – Associação Brasileira de Pesquisadores de História da Mídia
I Encontro de História da Mídia da Região Norte
Universidade Federal do Tocantins – Palmas – outubro de 2010

o evento, ou seja, a cobertura de eventos periódicos (clima, seca, queimadas) e anúncios e eventos do governo. A respeito disso, Sousa (2008, p. 07) argumenta que “os enquadramentos sugeridos para os riscos ambientais pelos políticos são mais usados do que aqueles que são sugeridos por cientistas [...] e, em matéria ambiental, os jornalistas tendem a cobrir, essencialmente, as catástrofes num tom negativo e exagerando os riscos”.

É importante lembrar que existe um conjunto de valores-notícia, que são os acontecimentos que mobilizam os critérios de noticiabilidade, tais como a notoriedade, o conflito, a localização geográfica, o *gatekeeper*¹¹, fundamentais no processo de construção da notícia. Esses fatores somados ao caráter de “jornalismo imparcial” – tendência, por assim dizer, do jornalismo brasileiro – fazem com que as notícias veiculadas pelo Jornal do Tocantins realizem essa influência sobre a sociedade já constatada pelo estudo do agendamento, mas sem acrescentar profundidade ao debate.

Funkhouser concluiu, após dez anos de estudo, que “a cobertura midiática e a opinião pública estão fortemente relacionadas” (apud TRAQUINA, 2005, p. 34): os resultados mostraram que as mudanças na atenção prestada aos problemas pela mídia ao longo do tempo refletem na preocupação da opinião pública com relação a esses problemas. Outros pesquisadores confirmaram essa análise, como Iyengar, Peters e Kinder, que estudaram grupos de diferentes pessoas expostas a noticiários televisivos com o intuito de introduzir notícias sobre a questão da defesa nacional, afirmaram que “[...] os espectadores expostos às notícias dedicadas a um problema particular ficam mais convencidos da sua importância” (apud TRAQUINA, 2005, p. 35). Essas referências mostram que a notícia tem um papel de destaque na sociedade contemporânea e indicam a necessidade de manter, não só um fluxo constante, mas um alto nível de qualidade no seu processo de produção e veiculação. Isso porque os problemas ambientais, amplificados pelos meios de comunicação, passa a fazer parte

¹¹ “O processo de produção das notícias é concebido como uma série de escolhas, onde um fluxo de notícias tem de passar por diversos “portões” (os famosos *gates*), que são momentos de decisão em relação aos quais o *gatekeeper* (o jornalista) tem de decidir se vai escolher ou não essa notícia, deixá-la passar ou não” (TRAQUINA, 2005, p. 54, grifo do autor).

Alcar – Associação Brasileira de Pesquisadores de História da Mídia
I Encontro de História da Mídia da Região Norte
Universidade Federal do Tocantins – Palmas – outubro de 2010

dos fóruns de debate público e político, passando a adquirir uma dimensão social, para lá de suas características puramente acadêmicas.

Com base no exposto, é necessário que se construa uma reflexão mais aprofundada sobre o papel do jornalismo, inclusive no que se refere à cobertura da temática ambiental, nas sociedades contemporâneas. Além disso, levando em consideração toda a influência que as notícias exercem, é essencial que se reavalie a formação dos jornalistas para que seja valorizada a sua função em todo esse processo.

Referências

CAMPOS, Pedro Celso. **Jornalismo ambiental e consumo sustentável**: o aquecimento global também tem sua origem no consumismo desenfreado. Biblioteca Online de Ciências da Comunicação, 2007. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/campos-pedro-jornalismo-ambiental.pdf>>. Acesso em: 02 nov. 2009.

Carta da transdisciplinaridade. Unipaz, 1994. Disponível em: <<http://www.unipazrj.org.br/transdisciplinaridade.htm>>. Acesso em: 16 nov. 2009.

MORIN, Edgar. **Os sete saberes necessários à educação do futuro**. São Paulo, SP: Cortez; Brasília, DF: Unesco, 2000.

SOUSA, Jorge Pedro. **A teoria do agendamento e as responsabilidades do jornalista ambiental**: uma perspectiva ibérica. Biblioteca Online de Ciências da Comunicação, 2008. Disponível em: <<http://bocc.ubi.pt/pag/sousa-jorge-pedro-teoria-do-agendamento.pdf>>. Acesso em: 02 nov. 2009.

_____. **A notícia e os seus efeitos**: as “teorias” do jornalismo e dos efeitos sociais dos media jornalísticos. Biblioteca Online de Ciências da Comunicação, 1999. Disponível em: <<http://bocc.ubi.pt/pag/sousa-pedro-jorge-noticias-efeitos.html>>. Acesso em: 02 nov. 2009.

_____. **Por que as notícias são como são?** Construindo uma teoria da notícia. Biblioteca Online de Ciências da Comunicação, 2002. Disponível em: <<http://bocc.ubi.pt/pag/sousa-jorge-pedro-construindo-teoria-da-noticia.pdf>>. Acesso em: 02 nov. 2009.

TRAQUINA, Nelson. **O estudo do jornalismo no século XX**. São Leopoldo, RS: Unisinos, 2005.