

As mensagens sobre água no telejornal da EPTV

Edson Luiz Pizzigatti Corrêa
Antônio Ribeiro de Almeida Júnior

Resumo

O presente estudo analisa o Jornal Regional (JR) das Emissoras Pioneiras de Televisão (EPTV), Campinas-SP. A intenção foi estudar as mensagens e representações da água no JR, programa que é o líder regional de audiência no gênero telejornal. Foram monitorados três meses consecutivos da programação do JR, selecionando matérias com referências à água para análise quantitativa e qualitativa. A partir deste material, verificou-se que, nas mensagens do JR, a água tem caráter de mercadoria, sendo sua disponibilidade resultante da gestão de recursos e desvinculada de sua condição natural e função ambiental

Palavras-chave

Água, ambiente, comunicação, telejornalismo

Abstract

The present study analyzes the Jornal Regional (JR) from EPTV (Emissoras Pioneiras de Televisão – Pioneer Broadcasting Television Stations), Campinas-SP. The intention was to study water messages and representations on JR, this program is the regional audience leader in TV news. Three consecutive months of JR's programming were monitored, we selected for quantitative and qualitative analysis reports with references to water. From this material, we found out that, in the messages of the JR, the water is regarded as merchandise, being its availability a result of resources management and disconnected from its natural conditions and environmental function.

Key words:

Water, environment, communication, television news

Mídia: propaganda e temática ambiental

Antes do amplo conhecimento dos efeitos da ação humana no aquecimento global e sua dimensão apocalíptica, a temática ambiental ocupava um espaço limitado na mídia de massa. Nesse período, que poderíamos chamar de Pré-Relatório IPCC¹, desastres naturais, acidentes e datas comemorativas eram os típicos exemplos de eventos ambientais com maiores chances de ocupar espaço de destaque nos veículos de comunicação².

Esse interesse ocasional da mídia em relação ao ambiente, mais que evidenciar uma forma objetiva de representar os fatos, mostrava uma orientação sobre as perspectivas da realidade promovidas ou omitidas junto ao público. Marcondes Filho (1989) descreve alguns tipos de distorções da informação na mídia, relatando a preocupação com a tiragem dos jornais ou audiência dos telejornais, uma vez que as notícias devem ser selecionadas e construídas para atrair o público e realizar a venda de espaço publicitário. Para Herman e Chomsky (2003), as distorções nas informações midiáticas vão além da busca de resultados financeiros dos veículos, resultando de um processo sistemático de propaganda alinhada com os objetivos da elite econômica e política que controla a mídia³. Tal modelo funciona como filtros que selecionam, reduzem, silenciam, ou adicionam informações, distorcendo as mensagens através das seguintes lógicas: a) o interesse de seus proprietários; b) o foco nos anunciantes; c) a dependência de fontes de informação governamentais e empresariais; d) a preocupação com repercussões negativas que ameacem a posição assumida pelo veículo diante do assunto; e e) a ideologia pró-mercado, assumindo valores neoliberais.

Os fatores de filtragem de informação que

Herman e Chomsky descrevem funcionam de forma sutil e inconsciente para a maioria das pessoas. Esses autores ressaltam que, mesmo dentro das redações dos veículos, a seleção daqueles que trabalham no processo de síntese das notícias é orientada pelo alinhamento ideológico com o pensamento de proprietários. A aceitação inconsciente da propaganda vigente está intimamente ligada à massificação da cultura que estabelece o pensamento corrente. Os meios de comunicação de massa como a televisão, rádio, jornais, internet etc tem grande responsabilidade na difusão dessa propaganda e dos valores que ela implica.

Segundo Geoge Gerbner et al (2002), a homogeneização do pensamento ocorre com a contribuição da exposição continuada dos indivíduos aos meios de comunicação de massa, desde a infância, quando estes estão se integrando à sociedade. Se por um lado os veículos de massa integram as pessoas à sociedade, por outro, as tornam ideologicamente parecidas e propensas a concordar e reproduzir o discurso corrente dos meios de comunicação. Gerbner destaca em especial o papel da televisão no “cultivo” do pensamento das pessoas em relação ao mundo objetivo.

A televisão é fonte do mais vasto conjunto de imagens e mensagens compartilhadas da história, sendo um sistema centralizado de fluxo de estórias. Devido as suas características de acesso, ela se tornou a fonte primária da socialização e da informação nas sociedades contemporâneas, sendo a base da cultura nacional e desta forma, trazendo todos para um conjunto de idéias compartilhadas (GERBNER et al 2002, p. 43).

A televisão torna-se fator de estruturação da sociedade, assumindo a centralidade no

¹ Painel Intergovernamental em Mudanças Climáticas, realizado no final de 2006 em Nairóbi.

² Ramos (1995) mostrou em sua pesquisa essa tendência quando observou a frequência de notícias nos principais jornais e telejornais, antes, durante e após a ECO-92 no Rio de Janeiro.

³ Grandes corporações e algumas famílias são as controladoras dos principais veículos de mídia dos Estados Unidos (HERMAN; CHOMSKY, 2003, p.65). No Brasil, os maiores veículos de mídia são de propriedade de algumas famílias, a exemplo dos Marinho, proprietários da Rede Globo de Televisão, e políticos (LIMA, 2003).

⁴ Durante a segunda metade do século XX, o chumbo tetraetila, o PCBs, o amianto, o DDT e o Agente Laranja foram exemplos dessa condição. Mais recentemente passam a integrar essa lista outros agrotóxicos modernos, o automóvel, poluentes com características de estrógenos e organismos geneticamente modificados.

⁵ A região de Campinas está situada na Unidade de Gerenciamento de Recursos Hídricos dos rios Piracicaba, Capivari e Jundiá ou, simplesmente, UGRHI-PCJ, A disponibilidade hídrica nessa região em épocas de estiagem (aproximadamente 43m³/s) quase se iguala à demanda (aproximadamente 40m³/s). Os municípios situados nas bacias dos rios Piracicaba, Capivari e Jundiá, no conjunto, recolhem 86% do esgoto urbano doméstico e tratam apenas 30% em uma região que abriga uma população de 4.384.112 habitantes, sendo que a grande maioria, 4.081.343, reside em áreas urbanas (SÃO PAULO, 2006a). O resultado é a degradação da qualidade dos rios e reservatórios e da vida aquática, restringindo a utilização da água para o abastecimento público devido ao alto custo de tratamento para consumo, como ocorre em parte do Rio Piracicaba.

processo de informação. Lima (2004) também salienta esse papel da TV ao definir sua posição como hegemônica e central, destacando-a como “maquinário de representação”.

Esse poder da TV de inculcar idéias é incorporado pelas estratégias de grupos poderosos na defesa de seus interesses. Herman e Chomsky (2003) indicam que as corporações midiáticas são, em geral, conservadoras e interessadas na expansão de seus negócios. Elas adotam um modelo de propaganda que promove argumentações que reforçam a gestão predatória dos recursos naturais, e afastam as preocupações ambientais e de saúde pública. Como conseqüência, a mídia tem aceitado as alegações da indústria a respeito dos danos ambientais decorrente do uso dos seus produtos⁴.

Dando suporte a essa afirmação, pesquisas constataram que as questões ambientais não são privilegiadas na televisão. Ao contrário, a televisão alimenta a ignorância mais que tudo em relação à questão ambiental, além de propagar um sentimento de impotência na resolução dos problemas ambientais entre os indivíduos, relegando responsabilidade para as corporações e governos.

A criação de uma população versada nos perigos ambientais, mas ignorante das realidades ambientais, apresenta uma excelente oportunidade para: a) apresentar a idéia de que os problemas ambientais devem ser gerenciados por forças maiores; b) que os problemas ambientais são grandes demais para serem controlados por decisões individuais. Assim, os indivíduos não precisam preocupar-se com seus hábitos de compra e consumo, enquanto as corporações e o governo lidam com as questões ambientais (SHANAHAN; McCOMAS 1999, p. 144).

A pesquisa

Esse artigo é uma síntese de uma dissertação de mestrado apresentada para o curso de Pós-Graduação em Ecologia Aplicada da Universidade de São Paulo. Nossa proposta de análise e reflexão era: monitorar um veículo de televisão que exerça um papel central em uma região com algum tipo de conflito ambiental. O objetivo era produzir conhecimento sobre as mensagens correntes no veículo e seus possíveis significados. A idéia central é verificar se o veículo de abrangência regional está empenhado em realizar uma comunicação que contribua com a formação de uma consciência crítica junto a sua audiência em relação aos conflitos ambientais da região.

A partir dessa possibilidade foi selecionado como objeto de pesquisa a EPTV Campinas, do Grupo EPTV (Emissoras Pioneiras de Televisão), filiada a Rede Globo. Além da liderança em audiência, a emissora possui telejornalismo diário – os telejornais Jornal Regional (JR) 1^a e 2^a Edição. Sua transmissão atinge a maior parte das bacias hidrográficas dos rios Piracicaba, Capivari e Jundiá no Estado de São Paulo, onde há grande densidade demográfica e industrial, o que diminui a disponibilidade e qualidade da água superficial⁵. A cidade de Campinas, na qual se localiza a EPTV, está em uma das regiões com menor disponibilidade de água per capita do país.

Sobre a água

A água é um dos símbolos com maior número de significados em todas as culturas humanas. Esses significados estão presentes externamente, em sua condição física e biológica, como suporte

e sustentação da vida, assim como internalizados na dimensão simbólica da cultura (BRUNI, 1994). As representações simbólicas da água associam significados às mensagens. Tal característica ganha importância por compor o discurso verbal e visual da mídia.

Assim como outros recursos provenientes da natureza como minerais e vegetais, a água é utilizada na elaboração de produtos. Sua distribuição de forma racional e equitativa é considerada através de leis nacionais e pela Declaração Universal dos Direitos Humanos, porém, por estar disponível de forma heterogênea e com vazão limitada no planeta, tende a se tornar escassa.

O Brasil possui água em abundância, porém mal distribuída pelo seu território. Segundo a Organização das Nações Unidas, são necessários 2.500 m³ de água por habitante por ano para a vida em comunidade e para o exercício normal das atividades humanas, sociais e econômicas (THAME, 2000, p.11). O país apresenta áreas com déficit de água e outras com abundância por variar a densidade demográfica e a disponibilidade natural. No Estado de São Paulo, onde a densidade populacional é grande, a disponibilidade média é de 2.209 m³/hab/ano (TUNDISI, 2004, p.19). No interior de Estado, em cidades como Piracicaba, a disponibilidade está bem abaixo da média paulista, 400 m³/hab/ano (THAME, 2000, p. 12). Realidade próxima a de países que reconhecidamente enfrentam problemas de escassez de água, como o Quênia, onde há 500 m³/hab/ano (POSTEL, 1997 apud TUNDISI, 2004, p.16). Essa eminente falta de água tem origem, em parte, na forma como é conduzido o seu uso social, principalmente nas atividades de produção

Não se pode imaginar que a qualidade de vida possa ser exclusivamente alcançada através do crescimento econômico

industrial, agrícola e em outras relacionadas ao abastecimento público.

O aumento no consumo de água, aliado ao déficit de investimentos em tratamento de esgoto, recuperação e manutenção dos rios, lagos, nascentes e matas ciliares, têm trazido conseqüências: 1) sociais, como a falta de água em quantidade e qualidade para o abastecimento público; 2) econômicas, pelo aumento dos custos de tratamento da água e esgoto; e 3) ambientais, com a degradação das características naturais que mantêm espécies da fauna e flora. Com a crescente consciência desses fatos,

(...) amplia-se a percepção de que a água é um recurso finito, de que há limites em seu uso e os custos do tratamento estão cada vez mais elevados, além disso, os custos de recuperação de lagos, rios e represas são também muito altos (TUNDISI, 2004, p.2).

A afirmação acima expressa a dimensão econômica comumente relacionada aos conflitos pelo uso da água. A perspectiva econômica dos problemas ambientais justifica-se quando outras dimensões também são igualmente consideradas. Não se pode imaginar que a qualidade de vida possa ser exclusivamente alcançada através do crescimento econômico. Contribuindo com esse debate, Miotto (2005), reflete sobre o viés economicista frequentemente encontrado nos discursos sobre este tema. Nas palavras de Miotto,

O desenvolvimento sustentável deve propor mudanças reais, pois não se trata apenas de rever a racionalidade econômica. É necessário um projeto de sociedade que atenda às necessidades humanas e, necessariamente, isso

⁶ O critério de sustentabilidade que se adota aqui considera aspectos ambientais e de desenvolvimento, conforme descrito no relatório Brundtland publicado em 1987, que define desenvolvimento sustentável como “aquele que atende às necessidades do presente sem comprometer a possibilidade de as gerações futuras atenderem as próprias necessidades” (BURSZTYN, 2006, p. 59).

⁷ Na primeira semana de fevereiro de 2001, a Shell admitiu publicamente a responsabilidade pela contaminação das chácaras vizinhas à área onde funcionou sua fábrica de agrotóxicos em Paulínia, São Paulo. Os agrotóxicos organoclorados Endrin, Dieldrin e Aldrin foram encontrados no lençol freático sob as chácaras localizadas entre a fábrica e o Rio Atibaia, um dos principais afluentes do rio Piracicaba e que abastece de água, entre outras, as cidades de Americana e Sumaré. A contaminação causada pela Shell em Paulínia é tóxica, persistente e bioacumulativa, podendo causar sérios danos ao meio ambiente e à saúde humana. Disponível em <http://www.greenpeace.org.br/toxicos/pdf/relatorio_shell_gp1.doc> Acesso em: 15 set. 2006.

⁸ Operaram no local dois aterros de resíduos industriais: o Aterro Mantovani e a CETRIN, que receberam resíduos de cerca de 75 (setenta e cinco) empresas localizadas nos Estados de São Paulo e do Rio de Janeiro, parte das quais multinacionais. Informações disponíveis em <http://www.cetesb.sp.gov.br/Noticias/004/12/17_aterro.asp>. Acesso em: 14 nov. 2006.

implica adentrar o campo da ética dos valores de uma sociedade. Acostumamo-nos a aceitar como indispensável o progresso material, ainda que seja elevado o preço da riqueza. O campo da economia não pode ser o único parâmetro para o entendimento da sustentabilidade, mesmo porque, nas palavras de Alier e Schlüpmann (1993), o mercado não pode afirmar seu êxito em um mundo repleto de gente faminta e de extrema desigualdade (MIOTTO, 2005, p. 85).

Pelo o que foi dito, resta a insustentabilidade⁶ do atual modelo de desenvolvimento, que tem gerado crescentes conflitos sociais, econômicos e ambientais no uso dos recursos naturais. Dentre esses conflitos, estão relacionadas contaminações da água por substâncias tóxicas, causando prejuízos de ordem ambiental e de saúde pública. Na região de Campinas não são raros casos de negligências como o da empresa Shell, em Paulínia, onde funcionários e moradores foram contaminados com agrotóxicos organoclorados⁷. Também é notório o caso do Aterro Mantovani, em Santo Antônio de Posse, uma das maiores áreas contaminadas registradas pela CETESB, que constatou a contaminação de poços e do lençol freático no local e em propriedades vizinhas⁸.

Metodologia

A pesquisa teve como preocupação analisar as mensagens presentes no discurso da mídia de maior audiência da região de Campinas, verificando como ela representa a água em suas notícias. Não houve a preocupação de avaliar a mídia concorrente, pois se priorizou o estudo daquele veículo que, por sua liderança⁹, influencia a pauta e a agenda dos outros veículos e da sociedade, conforme

a hipótese da *agenda-setting* formulada por McCombs e Shaw (1972), assim como do modelo de propaganda de Herman e Chomsky (2003).

As atividades de pesquisa foram realizadas entre março de 2004 e maio de 2006. Foram efetuadas duas entrevistas semi-estruturadas com o Gerente de Jornalismo da EPTV, dando subsídios para o entendimento do contexto de trabalho dos profissionais de comunicação do veículo, contribuindo na descrição da EPTV e do Jornal JR.

A pesquisa seguiu etapas dentro de um cronograma de trabalho com a seguinte ordem de execução: 1) coleta do material¹⁰; 2) inventário das matérias; 3) seleção das matérias¹¹; 4) classificação; 5) transcrições (com o objetivo de registrar características importantes para a pesquisa como adjetivações, definições, possíveis sentidos das informações, etc.); 6) seleção de *frames*¹²; 7) tabulação; 8) análise quantitativa e qualitativa.

A classificação das matérias selecionadas registrava a presença das palavras-chave, o assunto principal, temática, as fontes da notícia¹³, o tempo de duração e se estão em destaque na edição. Também foram estabelecidas categorias de temática e tipo de conteúdo presentes no telejornal.

Análise dos resultados

A síntese dos resultados obtidos na pesquisa está organizada da seguinte forma e ordem de exposição: 1) EPTV e Rede Globo; 2) Jornal Regional; 3) análise quantitativa; e 4) análise qualitativa.

1) EPTV e Rede Globo

Inaugurada em 1979, a então chamada TV Campinas foi a primeira emissora do grupo EPTV a ser criada. As quatro concessões

que o grupo controla são registradas em nome de empresas do próprio fundador¹⁴ e de seus filhos, com participação acionária de aparentados de Roberto Marinho, o fundador da Rede Globo de Televisão.

(...) as ações da Rede EPTV, incluindo as suas quatro emissoras, estão divididas meio a meio com a Globo: 50% pertencem à família Marinho, sob o comando de João Marinho, filho de Roberto Marinho; os outros 50% são de propriedade dos Coutinho Nogueira (BAZI, 2001, p.36).

Cada emissora (tabela 1) possui programação de jornalismo produzida na sua região de cobertura. Um grande número de pessoas é empregado nestas atividades. Em 2001 a EPTV possuía 618 funcionários trabalhando nas diversas emissoras. Somente em Campinas, onde funciona a administração do grupo, estavam locados 241, dos quais 62 trabalhavam na redação (BAZI, 2001, p.38).

No final dos anos 70, quando iniciou suas atividades, a emissora encontrou um ambiente propício para o crescimento. Nesse período, a Rede Globo já investia na padronização da produção das emissoras afiliadas. A partir de 1982, esse jornalismo local passou a ser integrado em rede nacional via satélite, tornando o envio de matérias e imagens um processo confiável. A padronização da produção jornalística no formato da Rede Globo foi determinante para o telejornalismo da EPTV.

Esse modelo de expansão, fundamentado em princípios comerciais, possibilitou a consolidação da liderança da Rede Globo no cenário nacional de comunicação (BAZI, 2001, p. 23). Através do contrato estabelecido entre a afiliada e a Rede Globo, criou-

se um vínculo comercial entre as empresas que “prevê a uma emissora regional receber toda a programação nacional da Globo, sem precisar pagar nada por isso; mas, terá que dividir o lucro da venda dos anúncios regionais e estaduais” (BAZI, 2001, p.26). O comprometimento com resultados econômicos do contrato Rede Globo e afiliadas estabelece não só uma conexão econômica entre emissoras afiliadas à Rede Globo, mas também um vínculo ideológico, na medida em que a mercadoria oferecida pela EPTV ao mercado publicitário é vinculada a Rede Globo e ao seu conteúdo.

Marcondes Filho (1989) afirma que o valor do espaço publicitário aumenta de acordo com a sua proximidade com a notícia. Da mesma forma, a conformidade da notícia com a publicidade aumenta a eficiência para os anunciantes na medida em que “informações aqui confundem -se com publicidade e ganham maior penetração, porque, disfarçadas, são tratadas como ‘dados neutros’” (MARCONDES FILHO, 1989:28).

Através dos governos municipais, estaduais e federal, além de autarquias, empresas estatais e fundações, o Estado é o maior anunciante brasileiro, participando, em 2002, com cerca de 7,13% de todo o investimento. A maior parte deste valor é gasto em espaço publicitário televisivo. Em 2002, 58,7% das verbas de publicidade foram para a televisão aberta (CASTRO, 2003 apud LIMA, 2004 p.99). Do total gasto em publicidade na televisão em 2001, 78% das verbas foram para a Rede Globo e suas afiliadas (CASTRO, 2002 apud LIMA 2004, p. 99).

Os espaços comerciais da televisão brasileira são ocupados pelos esforços das corporações empresariais que, sistematicamente, disseminam os valores pró-mercado e pelas

⁹ Segundo pesquisa de audiência do IBOPE, realizada em 1999 a EPTV Campinas tem 22% da audiência regional enquanto o SBT tem 10%, a Record 2% e a Bandeirantes 2% (BAZI, 2001, p.66).

¹⁰ Gravação em vídeo VHS do JR entre 20 de abril a 20 de julho de 2005.

¹¹ O primeiro critério para a seleção de matérias foi a presença de palavras-chave que fizessem referência à temática do estudo. Assim, foram revistas as matérias das duas edições diárias do telejornal do período amostrado e selecionadas a partir da presença das seguintes palavras: Água(s), rio(s), recurso(s) hídrico(s), manancial(is), meio ambiente, ambiental e natureza.

¹² Unidades de registro fotográfico de imagens de vídeo.

¹³ Foram consideradas como fontes aquelas pessoas que são apresentadas por meio de legendas, como representantes de uma instituição social ou mesmo cidadãos comuns, dados ou citação textual dos jornalistas.

¹⁴ José Bonifácio Coutinho formou-se em Direito e teve uma carreira política em esfera estadual e federal antes de se estabelecer como empresário da comunicação.

campanhas publicitárias governamentais, que fazem do Estado um importante cliente para os veículos de mídia. É uma condição estrutural para a sobrevivência dos veículos, que acabam elaborando a programação dentro das expectativas de seus anunciantes que, por sua vez, preferem aqueles veículos que cultivarem seus pontos de vista e valores (HERMAN; CHOMSKY, 2003, p. 75).

2) Jornal Regional

A emissora possui duas edições diárias de notícias e quatro programas semanais temáticos. Os programas diários de jornalismo são caracterizados da seguinte forma:

Jornal Regional 1ª Edição: Possui quarenta e cinco minutos de duração (das 12h às 12h45). É dividido em cinco blocos, sendo que os dois primeiros são transmitidos em rede nas três emissoras do Estado de São Paulo (exceção feita ao sábado, em que cada emissora transmite sua própria produção). Além das notícias da região, essa edição de telejornal ainda traz matérias com características do perfil de revista¹⁵.

Jornal Regional - 2ª Edição: Possui vinte minutos de duração (das 18h50 às 19h10). É uma resenha dos fatos do dia, inclusive de esportes. É dividido em três blocos. Como no JR 1ª Edição, as principais matérias a serem apresentadas são anunciadas no início do programa, ganhando característica de principais fatos do dia.

As duas edições diárias estão presentes na programação da emissora, de segunda a sábado.

A emissora ainda possui outros programas jornalísticos de periodicidade semanal como o EPTV Comunidade, o Caminhos da Roça, o EPTV Esporte e o Terra da Gente. A EPTV edita também uma revista mensal chamada Terra da Gente.

Todos os programas da EPTV, a revista e as promoções da emissora – festivais de música, torneios esportivos entre outras atividades – são amplamente divulgados pelo veículo ao longo de sua programação comercial e em seus telejornais.

3) Resultados Quantitativos

Assim como os jornais impressos publicam resumos dos principais fatos na primeira página, os destaques de uma edição do telejornalismo da EPTV são anunciados no início do programa (tabela 2). A temática ambiental tem uma incidência baixa nas chamadas do início dos telejornais.

Na maior parte das vezes, o telejornal possui uma distinção tênue de categorias de assuntos. Foram identificadas distinções recorrentes na forma como o telejornal aborda a notícia. Essas distinções são relacionadas ao objetivo da enunciação – mercadológico ou jornalístico – ao selecionar e produzir matérias. A partir dessas diferenças, foi elaborada a categoria “tipos de conteúdo”, que se define em: estritamente factuais, especiais e de autopromoção.

As matérias estritamente factuais se atêm à cobertura de fatos ou suas repercussões e desdobramentos. É a categoria do telejornal que ocupa maior espaço. Ocorrem de forma ordinária, como simples narrativas de fatos. As matérias especiais possuem maior duração, uma elaboração mais cuidadosa em sua edição de imagens e áudio e, muitas vezes, possuem trilhas musicais. São pautadas a partir de apelos como datas comemorativas ou fatos extraordinários. Finalmente, as matérias de autopromoção também são comuns nos telejornais da EPTV, noticiam as próprias produções da emissora, assim como suas ações e prêmios obtidos.

¹⁵ Aborda temáticas como receitas culinárias e programação cultural entre outros assuntos de interesse humano.

É possível verificar que as matérias estritamente factuais são as mais freqüentes no telejornal (tabela 3).

As matérias analisadas apresentam como fontes relatos de autoridades, especialistas, populares, notas de assessorias de imprensa, assim como dados bibliográficos.

Foi verificada a predominância do poder executivo como fonte das informações (tabela 4). Essa predominância ocorre de forma marcante nas matérias de conteúdo estritamente factual.

A grande presença das fontes oficiais deixa a clara impressão que existe uma tendência de descrever o fato a partir das versões do Estado.

4) Resultados Qualitativos

a) Matérias estritamente factuais

De forma geral, relatam problemas de contaminação da água superficial e subterrânea, contaminação e erosão do solo, destacam iniciativas para diminuir a poluição das águas em indústrias de bijuteria de Limeira e denunciam um caso de ocupação indevida de área ao longo do rio Piracicaba.

Em geral, a simplificação da linguagem, que é própria do telejornalismo, cria uma visão fragmentada e imprecisa sobre o assunto relatado. Frequentemente foram encontrados relatos de repórteres e apresentadores que criam definições banais para circunstâncias e fatos que necessitariam de uma maior investigação. As notícias de temática ambiental, produzidas nessas condições, acabam por omitir a responsabilidade de indústrias e da agricultura¹⁶ pela poluição da água e degradação dos rios e mananciais. Também mostram, com freqüência, o poder público como o ator principal na resolução dos problemas e portador da versão mais aceita sobre o fato

noticiado, visto que é a fonte de informação mais freqüente nessas matérias (tabela 4).

b) Matérias especiais

Todas as matérias especiais coletadas foram exibidas durante a Semana do Meio Ambiente e tratam de questões como: a poluição do ar e da água e conservação de recursos ambientais.

Nessas matérias jornalistas repetem mais ostensivamente expressões como ‘meio ambiente’, ‘ecologia’, ‘conservação’, ‘recuperação’, ‘reciclar’ e ‘preservar’. Adjetivações do tipo ‘ambiental’ e ‘ecológico’ são freqüentes e banalizadas. É o caso da matéria do dia 31 de maio de 2005, que tratava da reciclagem de lixo, quando a jornalista Sandra Granzzoti se refere a uma pessoa responsável pela triagem do material descartado como “recicladora ambiental”. Outras características encontradas nessas matérias são apontadas no exemplo a seguir.

1 de junho de 2005/ Jornal Regional 1ª edição

A matéria aborda a qualidade de água dos rios da região. Há uma entrevista transmitida ao vivo com uma autoridade identificada como Promotor do Meio Ambiente. Nessa entrevista, o tratamento do esgoto doméstico é indicado como a principal medida para a solução do problema da poluição dos rios. O jornalista Luiz Crescenzo inicia a entrevista direcionando o assunto da seguinte forma:

– Campinas tem 80% de coleta de esgoto e dentro dessa realidade só trata 36% de todo esse esgoto. Doutor, dentro dessa realidade da região metropolitana, o senhor acredita que houve avanço nos últimos anos?

O promotor do meio ambiente de Americana Oriel R. Queiroz responde:

¹⁶ Na região a cana-de-açúcar é cultivada de forma extensiva, muitas vezes sem respeito às leis ambientais, contribuindo para o assoreamento e poluição dos rios com adubos e agrotóxicos (PIACENTE, 2005).

– Sim, houve um avanço significativo e vários municípios foram acionados pelo Ministério Público, firmaram acordos e hoje nós podemos dizer que esta região é uma das que mais investe em saneamento básico, pelo menos no estado de São Paulo.

Os 80% de esgoto coletados em Campinas deveriam ser ressaltados como uma situação inaceitável para uma das cidades com maior renda per capita do país. O direcionamento que o jornalista cria em relação à resolução de um problema complexo como a poluição da água tende a dirigir as observações do entrevistado, buscando criar um depoimento que mantenha e qualifique o discurso da matéria.

Desse ponto em diante, o jornalista poderia procurar saber por que, mesmo na região que mais investe em saneamento, o quadro é tão desfavorável, conforme a própria matéria mostra. Ainda não é clara a resposta do promotor, visto que o investimento em saneamento básico pode se referir também ao abastecimento de água e não somente a tratamento e rede de esgoto. As questões também poderiam ser dirigidas no sentido de nomear os municípios que estão em desacordo com a lei, suas justificativas e sanções impostas. Ao invés dessas possibilidades, o jornalista Luiz Crecenzo segue questionando da seguinte forma:

– A expectativa do senhor é até quando resolver o problema?

Oriel R. Queiroz responde:

– Nós esperamos que até 2010 nós tenhamos todos os sistemas de tratamento de esgoto da região funcionando e isso vai trazer um impacto positivo para essa bacia, que, como já foi ressaltado, é uma das piores do Brasil, não só em termos de qualidade, como também de quantidade de água.

Além de definir a falta de tratamento de esgoto das cidades como o problema central da poluição dos rios, a pergunta do jornalista também busca retratar uma perspectiva de prazo para a solução desse problema. Tal questionamento busca induzir uma resposta simples para uma questão extremamente complexa. A intenção do jornalista parece ser a de centralizar a solução do problema nos investimentos dos municípios em tratamento de esgoto, simplificando o problema da poluição dos rios a uma questão de alocação de recursos num prazo determinado, sem questionar os fatores condicionantes que estão envolvidos nessa solução.

O Promotor responde a questão salientando que a matéria já havia mostrado a péssima condição em que a região se encontra, quando comparada com as demais regiões do Brasil, fato que foi omitido na matéria e acabou revelado na entrevista que foi veiculada ao vivo, sem que houvesse condições de cortes nos depoimentos. De qualquer forma, o depoente tem uma pequena participação na matéria, sem que haja tempo para aprofundar a questão, mas sim legitimar a informação que a matéria seleciona.

Finalmente, durante essa entrevista, as questões do jornalista induzem as respostas, que criam uma perspectiva otimista quanto à resolução dos problemas dos rios na região. Essa preocupação com uma mensagem positiva fica evidente no comentário do jornalista Luiz Crecenzo, no encerramento da matéria:

– Para a gente ter uma idéia, há 10 anos, apenas 3% das cidades da região metropolitana tinham algum tipo de tratamento de esgoto. Hoje esse tratamento já acontece em 37%.

As questões do jornalista induzem as respostas, que criam uma perspectiva otimista quanto à resolução dos problemas dos rios

Tal afirmação busca atenuar a situação atual, induzindo o telespectador a entender que o problema da poluição dos rios está sendo solucionado. Também omite que a região, como um todo, trata 27% do esgoto e que esse índice é o terceiro pior do Estado (SÃO PAULO, 2006b, p.442).

O mesmo otimismo em relação aos problemas ambientais é encontrado em outras matérias do telejornal. Principalmente nas matérias especiais, veiculadas por ocasião da Semana do Meio Ambiente, que transmitem uma mensagem conformada com a situação atual, sem trazer uma reflexão crítica e realista dos problemas ambientais.

A única frase que reporta algum sentido ambiental à matéria é a narrada pelo jornalista Eduardo Lacerda:

– Para evitar um caos no abastecimento e no meio ambiente é preciso desde já buscar alternativas para não faltar água potável.

Nessa frase fica clara a maior preocupação com o abastecimento de água do que com qualquer outro atributo que o rio possa ter. Os rios da região são retratados como fontes de água para o abastecimento público, ou como condutores e depuradores naturais dos efluentes. Em outras palavras, são os aspectos econômicos os mais enfatizados, em detrimento da saúde pública, ambiente, cultura e paisagem.

c) matérias de autopromoção

São publicidades da EPTV e de seus produtos enunciadas na forma de notícias¹⁷. Estão no telejornal para tratar de assuntos que, normalmente, não receberiam espaço em outros telejornais concorrentes.

No caso de uma outra matéria veiculada

em 1º de julho de 2005, foram descritas atrações de um episódio do programa Globo Repórter, co-produzido pela Rede Globo e pelo EPTV, onde a Floresta Amazônica é representada através de imagens de matas, rios, índios, espécies animais selvagens. Alguns exemplos de referências são frases do tipo:

- (...) a busca por descobertas(...);
- (...) show no meio da floresta(...).

Para atrair o público a EPTV adota essa linguagem espetacular. Que, neste caso, ainda aproveita a imagem de mundo natural, vinculada à floresta amazônica.

As “atrações da natureza” são exploradas como mercadorias na forma de imagens pela televisão como pontos de interesse turístico¹⁸, por exemplo. Essa retratação do mundo natural ainda sugere uma idéia de preservação ambiental associada à ausência do convívio humano, de modo que a experiência com o mundo natural só ocorreria em regiões “intocadas” pelo homem (DIEGUES, 2000). Tal idéia é reforçada pelas preocupações atuais em relação à poluição atmosférica, mudanças do clima global e destruição das florestas. A percepção corrente do conceito de conservação do meio ambiente representa “principalmente crenças e aspirações urbanas. Na maior parte das vezes não correspondem aos achados científicos, nem às experiências que revelam como funciona o mundo” (GÓMES-POMPA; KAUS, 2000, p.127).

Considerações finais

A EPTV produz o JR como extensão do telejornalismo da Rede Globo, com a qual compartilha notícias e o modelo de produção. O vínculo entre as duas empresas é contratual e também por controle acionário de duas famílias,

¹⁷ Pode-se dizer que as matérias de autopromoção ocupam o espaço que nas revistas impressas são reservados para os informes publicitários.

¹⁸ Tal constatação também é relatada em estudos realizados por Mauro (2005) sobre revistas especializadas em turismo. Segundo esta autora, “aparentemente existe a idéia de tornar a natureza distante da vida das pessoas, incentivando, assim, que essas busquem-na fora do lugar onde vivem. Ou seja, as mensagens reforçam a idéia de que o ser humano tem que viajar para ‘sentir’ a natureza, ficar em contato com essa para se ‘purificar’ tomando banhos de cachoeira, por exemplo” (MAURO, 2005, p.108).

como acontece na maioria das grandes empresas de comunicação de massa brasileiras. Isso torna a EPTV uma emissora com uma oferta de programação de esfera regional e nacional, característica que, aliada à liderança de audiência nacional da Rede Globo, facilita o acesso ao mercado publicitário regional, denotando sua importância enquanto difusora de informação e ideologias.

Nos telejornais JR 1ª e 2ª Edição, temas relacionados à economia e sociedade são mais frequentes. O contexto econômico e social parece sobrepor o ambiental, que aparece com pouco destaque.

A maior parte das matérias analisadas apresenta fontes oriundas do poder executivo municipal, através das secretarias do meio ambiente, obras, departamento de água e esgoto, ou o próprio prefeito. Essa predominância do Estado como principal fonte de notícia também foi constatada por Lima (2004) em sua análise do programa Jornal Nacional da Rede Globo, definindo-o como “oficialista” por sua postura de retratar os fatos principalmente sob o ponto de vista da administração pública. Essa valorização da fonte oficial coloca o restante da sociedade em uma posição de passividade. Na ausência de outras fontes, a versão oficial e a visão do veículo sobre o tema prevalecem. A construção das matérias por essa perspectiva tende a mostrar que o telejornal, como fonte de informação, oferece um ponto de vista arbitrário, polarizado, entre dois atores: o Estado e o veículo. Na temática ambiental, a posição do Estado é nitidamente maior quando o comparamos com outras fontes que poderiam contribuir para a elaboração da notícia (tabela 4).

No tratamento da notícia na EPTV, é notória a simplificação na descrição do fato.

Na temática ambiental, a posição do Estado é nitidamente maior quando o comparamos com outras fontes que poderiam contribuir para a elaboração da notícia

Na maior parte das vezes, parece que os jornalistas evitam usar terminologias que necessitem de uma definição, buscando um amplo entendimento do público. Mas, na tentativa de simplificar a informação, distorcem os significados dos fatos.

A simplificação das notícias, assim como o uso banal de termos da área ambiental no telejornal é, em parte, resultado da exiguidade de tempo. Acabam por enunciar notícias de forma a responder questões – o quê, quem, quando, onde, como e por quê – que construam uma imagem acrítica, reafirmando os conceitos correntes da sociedade. Mesmo em matérias de maior duração parece não existir uma preocupação com a investigação mais apurada dos fatos.

A visão economicista da água define o espaço natural de forma mecânica, em que os rios da região se tornam condutores de água e esgoto e os rios de regiões afastadas dos grandes centros urbanos são retratados como paisagem natural, domesticados como arena esportiva para a pesca. Em outras palavras, a contextualização dos fatos relativos à água em sua dimensão ambiental não expressa a complexidade de seu papel, em detrimento do foco social e econômico.

A leitura de ambiente nas mensagens do telejornal é construída na ideia de paisagem natural intocada pelo homem que se transforma em mercadoria pelo uso das imagens dessas paisagens, de rios e de fauna, como também, pela apologia ao turismo em áreas preservadas.

Geralmente, as mensagens do telejornal a respeito dos problemas ambientais possuem uma visão otimista. Apresentam o problema, muitas vezes, omitindo responsáveis e mostrando que as soluções já estão em curso. Essas mensagens otimistas são

transmitidas ao final das reportagens, procurando tranquilizar a audiência, reforçando o conformismo com a situação exposta, mostrando que as autoridades estão desempenhando o seu papel para restabelecer a ordem, por exemplo.

As mensagens das matérias do *Jornal Regional* retratam a água, principalmente, como recurso hídrico, priorizando sua disponibilidade para o consumo humano. Enquanto recurso hídrico, a água é vista como uma mercadoria produzida pela gestão do homem sobre a natureza, e que a responsabilidade pelo uso e pelos problemas ambientais relacionados à água são atribuídos aos consumidores domésticos, omitindo a degradação ambiental que outros setores como o industrial e o agrícola causam. Dessa forma, o veículo tem evitado repercussões negativas aos interesses dos setores econômicos importantes e da classe política influente na região, além de manter a imagem de desenvolvimento baseado no crescimento econômico que, na região, tem seu alicerce na indústria.

A falta de um tratamento da notícia no contexto ambientalista, denunciando os abusos e a condição estrutural que converte o meio ambiente em ferramenta do capital, sugere a sustentação do atual modelo político e econômico de forma a garantir as posições das elites, tal qual afirma a predisposição estabelecida pelo modelo de propaganda de Herman e Chomsky.

Sobre os autores

Edson Luiz Pizzigatti Corrêa, Mestre em Ecologia Aplicada pela Universidade de São Paulo (2007) e graduado em Engenharia Agrônoma pela Universidade Federal de Lavras (1995). Possui experiência em co-

municação audiovisual (TV e vídeo), como também estuda a relação mídia e ambiente. Endereço eletrônico: terravid@terra.com.br

Antônio Ribeiro de Almeida Júnior, professor do Departamento de Economia, Administração e Sociologia da Escola Superior de Agricultura "Luiz de Queiroz" da Universidade de São Paulo. Doutor em Sociologia pela FFLCH - USP. Pesquisador visitante da Faculty of Management da McGill University, em Montreal e do Communication Department da University of Massachusetts - Amherst. Atualmente, realiza pesquisas sobre mídia e ambiente e sobre o trote universitário.

Referências

- BAZI, R. E. R. **Tv regional**: trajetória e perspectiva. Campinas: Alínea, 2001. 100p.
- BOURDIEU, P. **Sobre a televisão**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997. 143 p.
- BRUNI, J. C. A água e a vida. **Tempo social**; revista de sociologia. São Paulo, v.5, n.1/2, p.53-65, 1993.
- BURSZTYN, M.A. A.; BURSZTYN, M. Desenvolvimento Sustentável: biografia de um conceito. In: NASCIMENTO, E. P. ; VIANNA, J. N. S. (Org.). **Economia, meio ambiente e comunicação**. Rio de Janeiro: Garamond, 2006. p.54-67.
- DIEGUES, A. C. S. **O mito moderno da natureza intocada**. São Paulo: Hucitec, 2000. 169p.
- GERBNER, G.; GROSS, L.; MORGAN, M.; SIGNORIELLI, N.; SHANAHAN, J. Growing up with television: cultivation processes. In: BRYANT, J.; ZILLMANN, D. **Media effects**: advances in theory and research. Mahwah: Lawrence Erlbaum Associates, 2002. p.43-67.
- GÓMES-POMPA, A.; KAUS, A. Domesticando o mito da natureza selvagem. In: DIEGUES, A. C. (Org.). **Etnoconservação**; novos rumos para a proteção da natureza nos trópicos. São Paulo: Editora Hucitec, 2000. p.125-147

- HERMAN, E. S.; CHOMSKY, N. **A manipulação do público**: Política e poder econômico no uso da mídia. São Paulo: Futura, 2003. 470p.
- LIMA, V. A. **Mídia**: teoria e política. 2 ed. São Paulo: Fundação Perseu Abreu, 2004. 365p.
- MCCOMBS, M; SHAW, D. The Agenda-Setting Function of Mass Media. In: **The Public Opinion Quarterly**, Vol. 36, No. 2. 1972. p.176-187.
- MARCONDES FILHO, C. **O capital da notícia**: Jornalismo como produção social da segunda natureza. São Paulo: Ática, 1989. 188p.
- MAURO, F. **Mensagens sobre a natureza**: um estudo de duas revistas de turismo. 2005. 126 p. Dissertação (Mestrado em Ecologia de Agroecossistemas) – Escola Superior de Agricultura “Luiz de Queiroz”, Universidade de São Paulo, Piracicaba, 2005.
- MEMÓRIA GLOBO. **Jornal Nacional**: A notícia faz história. 12 ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2005. 407p.
- MIOTTO, L.B. A ecoeficiência e a responsabilidade socioambiental das empresas. In: BEZZON, A. C. B. (Org.). **Comunicação política e sociedade**. Campinas: Editora Alínea, 2005. p.75-88.
- PIACENTE, F.J. **Agroindústria canavieira e o sistema de gestão ambiental**: O caso das usinas localizadas nas bacias hidrográficas dos rios Piracicaba, Capivari e Jundiaí. 2005. 177p. Dissertação de (Mestrado apresentada ao Instituto de Economia da UNICAMP para obtenção do título de Mestre em Desenvolvimento Econômico - área de concentração: Desenvolvimento Econômico, Espaço e Meio Ambiente) – Universidade de Campinas, Campinas, 2005.
- RAMOS, L. F. A. **Meio ambiente e meios de comunicação**. São Paulo: Annablume, 1995. 159p.
- SÃO PAULO (Estado). Secretaria do Meio Ambiente do Estado de São Paulo. **Relatório de qualidade ambiental**. Estado de São Paulo – 2006a. 1 CD-ROM.
- SÃO PAULO (Estado). Companhia de Tecnologia de Saneamento Ambiental. **Relatório de qualidade das águas interiores do estado de São Paulo 2005**. São Paulo: CETESB, 2006b. 488p.
- SHANAHAN, J.; MCCOMAS, K. **Nature stories**: depictions of the environment and their effects. Cresskill: Hampton Press, 1998. 224p.
- THAME, A. C. M. (Org.). **A cobrança pelo uso da água**. São Paulo: Iqual, 2000. 255p.
- TUNDISI, J. G., **Água no século XXI**: Enfrentando a escassez. São Carlos: Rima; IIE, 2003. 248p.
- WOLF, M. **Teorias das comunicações de massa**. São Paulo: Martin Fontes, 2003. 295p.

Tabelas:

Tabela 1 – Número de Municípios cobertos pelas emissoras da EPTV:

Emissora	Municípios	População
EPTV Campinas	49	3.970.898
EPTV Ribeirão Preto	66	2.277.796
EPTV Central	42	1.724.742
EPTV Sul de Minas	141	2.561.562

Fonte: EPTV. Disponível em:
<<http://www.eptv.com>>. Acesso em: 05. jul. 2006.=

Tabela 2 – Ocorrência de temáticas em destaque no Jornal Regional 1ª e 2ª Edições

Temas	Ocorrências*
Economia	101
Segurança	88
Esporte	66
Arte e cultura	62
Política	62
Saúde	49
Direito do consumidor	47
Ciência e tecnologia	40
Transporte	29
Educação	27
Meio Ambiente	25
Mercado de trabalho	22
Desastre ambiental	15
Outros	14
Agricultura	9
Total	656

Nota: * Número de vezes que uma determinada temática apareceu anunciada no início do Jornal Regional.

Tabela 3 – Relação entre a temática e o tipo de conteúdo das matérias seleccionadas

Tipos de matérias	Estritamente factual		Especial		Autopromoção		Total
	Temas						
Meio ambiente	19,66	0:18:32	36,52	0:34:25	5,66	0:05:20	0:58:17
Política	10,43	0:09:50	-	-	-	-	0:09:50
Direito do consumidor	7,07	0:06:40	-	-	-	-	0:06:40
Ciência e tecnologia	5,75	0:05:25	-	-	-	-	0:05:25
Habitação	5,31	0:05:00	-	-	-	-	0:05:00
Arte e Cultura	-	-	-	-	6,72	0:06:20	0:06:20
Economia	2,88	0:02:43	-	-	-	-	0:02:43
Total	51,11	0:48:10	36,52	0:34:25	12,38	0:11:40	1:34:15
Número de matérias	60	21	20	7	20	7	35
Tempo médio por matéria	-	0:02:18	-	0:04:55	-	0:01:40	0:02:42

Nota: *Tempo expresso em horas, minutos e segundos.

Tabela 4 – Ocorrência de fontes das matérias analisadas por temática

Temas das matérias Fontes	Meio ambiente	Política	Direito do consumidor	Ciência e tecnologia	Habitação	Arte e cultura	Economia	Total
Estado: Poder Executivo	9	5	2	-	3	-	2	21
Cidadão comum	3	4	2	-	2	1	1	13
Pesquisadores	3	-	-	2	-	-	-	5
Setor privado	4	1	-	-	1	1	1	8
Professor	2	-	-	-	-	-	-	2
Agricultor	3	-	-	-	-	-	-	3
Engenheiro	1	-	-	-	1	-	-	2
FIESP	1	-	-	-	1	-	-	2
IPT	1	-	-	-	-	-	-	1
ONG	3	1	-	-	-	-	-	4
Ambientalista	1	1	-	-	-	-	-	2
Associações	-	-	-	-	1	-	-	1
Estudantes	2	-	-	-	-	-	-	2
Estado: Poder Judiciário	1	-	-	-	-	-	-	1
Estado: Poder Legislativo	1	-	-	-	-	-	-	1
IBGE	1	-	-	-	-	-	-	1
Sindicatos	-	-	-	-	1	-	-	1
Outras	-	-	-	-	-	3	-	3