**Universidade de São Paulo
Escola Superior de Agricultura “Luiz de Queiroz”
Centro de Energia Nuclear na Agricultura**

Mídia regional e ambiente: a água no jornalismo da EPTV

Edson Luiz Pizzigatti Corrêa

Dissertação apresentada para obtenção do título de
Mestre em Ecologia Aplicada

**Piracicaba
2007**

Edson Luiz Pizzigatti Corrêa
Engenheiro Agrônomo

Mídia regional e ambiente: a água no jornalismo da EPTV

Orientador:
Prof. Dr. **ANTÔNIO RIBEIRO DE ALMEIDA
JÚNIOR**

Dissertação apresentada para obtenção do título de
Mestre em Ecologia Aplicada

**Piracicaba
2007**

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
DIVISÃO DE BIBLIOTECA E DOCUMENTAÇÃO - ESALQ/USP

Corrêa, Edson Luiz Pizzigatti

Mídia regional e ambiente: a água no jornalismo da EPTV / Edson Luiz Pizzigatti

Corrêa. - - Piracicaba, 2007.

158 p. : il.

Dissertação (Mestrado) - - Escola Superior de Agricultura Luiz de Queiroz, 2007.

Bibliografia.

1. Água 2. Meio ambiente 3. Meios de comunicação de massa 4. Telejornalismo
I. Título

CDD 574.5

"Permitida a cópia total ou parcial deste documento, desde que citada a fonte – O autor"

*Dedico este trabalho aos meus filhos
Geórgia, Marina e Tiago, e minha esposa Carla,
pelo incentivo e paciência que foram fundamentais nesta conquista.*

AGRADECIMENTOS

Agradeço aos professores pelos diversos conhecimentos compartilhados em sala de aula e sugestões sempre oportunas.

Ao orientador deste trabalho, Antônio R. Almeida Júnior, pelo incentivo e confiança depositados.

Aos meus amigos Cândida e Valter por estarem sempre presentes apesar da distância.

Finalmente, a toda minha família pelo apoio nos momentos difíceis e pelas alegrias que compartilhamos. De forma especial aos meus pais Irene e Pedro, e tia Clemência.

“A disponibilidade de água é uma preocupação para alguns países. Mas a escassez que se encontra no coração da crise mundial da água tem as suas raízes no poder, na pobreza e na desigualdade, não na disponibilidade física”.

Relatório do desenvolvimento humano 2006

Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento
(PNUD)

“Os esgotos são a consciência da cidade”.

Os Miseráveis

Victor Hugo

SUMÁRIO

RESUMO	8
ABSTRACT	9
LISTA DE TABELAS	10
LISTA DE QUADROS	11
LISTA DE FIGURAS	12
1 INTRODUÇÃO.....	14
1.1 A mídia e suas mensagens na sociedade	14
1.2 A água.....	17
1.3 O problema	19
1.4 Objetivo geral	20
1.5 Objetivos específicos.....	20
1.6 Hipóteses	21
2 DESENVOLVIMENTO.....	23
2.1 Revisão Bibliográfica	23
2.1.1 Mídia de massa, jornalismo e sua mensagem.....	23
2.1.1.1 A mídia e a massa.....	23
2.1.1.2 A paulatina fabricação do consenso	26
2.1.1.3 Jornalismo e a (de)formação da notícia.....	28
2.1.1.4 A prática da produção da notícia como fonte de distorção	33
2.1.1.5 O telejornal e sua produção	36
2.1.2 Telejornal, publicidade e consumismo	40
2.1.3 A realidade vista pela televisão	43
2.1.3.1 O poder de representar a realidade	43
2.1.3.2 ‘Realidade’ para ser consumida.....	45
2.1.3.3 O telespectador tomado pela imagem.....	46
2.1.3.4 Telejornal: trazendo a ‘realidade’ sensacional	48
2.1.3.5 Telejornal comunitário como essência	50
2.1.4 Mídia de massa, Relações Públicas e ambiente.....	51

2.1.4.1 O jornalismo e a pauta ambiental	54
2.1.5 As representações simbólicas da água.....	56
2.1.6 A água e seus conflitos	59
2.1.6.1 Disponibilidade de água	60
2.1.6.2 O uso da água no Brasil e na região de Campinas	63
2.2 Material e método.....	75
2.2.1 Critério adotado para a seleção e análise do material.....	76
2.2.2 Elaboração de categorias	78
2.3 Resultados e Discussão.....	79
2.3.1 Descrição da EPTV	79
2.3.2 Descrição dos telejornais da EPTV	85
2.3.2.1 EPTV e a Rede Globo	88
2.3.2.2 Identidade e Ideologia da Rede Globo	91
2.3.3 Análises Quantitativas	95
2.3.3.1 Temas destacados no telejornal	96
2.3.3.2 Matérias que representam a água em seu conteúdo.....	100
2.3.3.3 Categorias das matérias quanto ao tipo	104
2.3.3.4 As fontes das notícias	107
2.3.4 Análise qualitativa	110
2.3.4.1 Aspectos gerais da apresentação do telejornal	110
2.3.4.2 Análise qualitativa das matérias selecionadas.....	111
3 CONSIDERAÇÕES FINAIS	147
REFERÊNCIAS	151
ANEXO	157

RESUMO

Mídia regional e ambiente: a água no jornalismo da EPTV

O presente estudo analisa como o veículo Emissoras Pioneiras de Televisão (EPTV) seleciona, trata e disponibiliza as informações ambientais relacionadas à água, através do seu programa de telejornalismo diário, o Jornal Regional (JR). A partir do reconhecimento da televisão como uma importante mídia de massa, que inculca e cultiva ideologias junto aos telespectadores, a intenção foi estudar as mensagens e representações da água no JR na região de Campinas, Estado de São Paulo, onde o programa é líder de audiência no gênero telejornal. Nessa região, o atual modelo de desenvolvimento promove a alta concentração demográfica, urbana, industrial e conseqüentemente, um dos menores índices de disponibilidade hídrica per capita e de qualidade de água do Brasil. Foram monitorados três meses consecutivos da programação do JR, selecionando matérias com referências à água para análise quantitativa e qualitativa. Também foi realizada entrevista com o gerente de jornalismo da emissora quanto ao processo de produção da notícia no JR. Através dos estudos bibliográficos verificou-se a relação mercantil e ideológica entre a Rede Globo (emissora que a EPTV retransmite para a região) e a EPTV, contextualizando o caráter privado, que é sujeito aos interesses da elite econômica e política. Nesse contexto cria-se uma representação da realidade que é uma forma de distorção sistemática pela qual os telespectadores vêem o mundo objetivo por um “filtro” que promove ou omite fatos de forma arbitrária. Nesse cenário verificou-se que a água nas mensagens do JR tem caráter de mercadoria, sendo sua disponibilidade resultado da gestão de recursos e desvinculada de sua condição natural e função ambiental. Os problemas ambientais que degradam a qualidade e limitam a disponibilidade da água na região são atribuídos ao consumo doméstico e sua produção de esgoto. As administrações públicas municipais são apontadas como as responsáveis pela reversão do quadro atual através do tratamento de esgoto. A água também é associada à imagem de meio ambiente que, por sua vez, é representado como ‘paisagem natural’ em uma perspectiva de espetáculo para o entretenimento do telespectador.

Palavras-chave: Água; Meio ambiente; Meios de comunicação de massa; Telejornalismo

ABSTRACT

Regional media and environment: the water in the journalism of EPTV

The present study analyzes how EPTV (Emissoras Pioneiras de Televisão – Pioneer Broadcasting Television Stations) selects, deals with and discloses environmental information related to water through its daily news program, the Jornal Regional (JR). Starting from the acknowledgment of television as an important mass media, which implants and promotes ideologies along its viewers, the intention was to study water messages and representations on JR in the region of Campinas, State of São Paulo, where the program is the audience leader in the genre TV news. In this region, today's model of development promotes high demographic, urban and industrial concentration and, subsequently, one of the lowest indexes of hydric availability per capita and water quality in Brazil. Three consecutive months of JR's programming were monitored, selecting for quantitative and qualitative analysis reports with references to water. An interview with the Press Manager of that broadcasting station was conducted on the news production process of JR. Bibliographic studies revealed a commercial and ideological relationship between Rede Globo (Major Broadcasting Station that EPTV rebroadcasts to the region) and EPTV, contextualizing a commercial relationship, which is subject to the interests of the economical and political elite. In such a context, EPTV creates a representation of reality, which is a form of systematic distortion by which viewers see an objective world through a "filter" that promotes or omits facts in an arbitrary fashion. In this scenario, water is regarded as merchandise on JR's messages, being its availability a result of resources management and disconnected from its natural conditions and environmental role. Environmental issues that degrade quality and limit water availability in the region are attributed to domestic consumption and sewage production. Municipal public administrations are appointed as responsible for the reversal of this situation by means of sewage treatment. Water is also associated to an image of environment which is represented as 'natural landscape' in a spectacle perspective for the entertainment of viewers.

Keywords: Water; Environment; Mass media; Television news

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Os 20 maiores mercados publicitários em 2003	41
Tabela 2 – Vazão média por habitante no país por região hidrográfica	64
Tabela 3 – Demanda global e disponibilidade hídrica na UGRHI dos Rios Piracicaba, Capivari e Jundiaí, expressa em m ³ /s	68
Tabela 4 – Relação entre a demanda e a produção hídrica superficial (dentro dos limites de cada unidade gerencial de recursos hídricos – UGRHI) Expressa pela vazão mínima Q _{7,10}	69
Tabela 5 – Urbanização e densidade demográfica na região das bacias dos rios Piracicaba, Capivari e Jundiaí	71
Tabela 6 – Percentual de uso e ocupação do solo.....	72
Tabela 7 – Programas que apresentaram algum problema	78
Tabela 8 – Número de Municípios cobertos pelas emissoras da EPTV	80
Tabela 9 - Municípios que recebem o sinal da EPTV Campinas	81
Tabela 10 – Audiência domiciliar média por programa (de segunda a domingo) da programação da EPTV em Campinas relativas ao mês de setembro de 2005.....	84
Tabela 11 – Ocorrência das temáticas abordadas em destaque no Jornal Regional 1 ^a e 2 ^a Edições	97
Tabela 12 – Matérias selecionadas para análise	100
Tabela 13 – Relação entre a temática e o tipo de conteúdo das matérias selecionadas para análise	106
Tabela 14 – Ocorrência* de fontes das matérias analisadas por tipo de conteúdo.....	107
Tabela 15 – Ocorrência de fontes das matérias analisadas por temática.....	109
Tabela 16 – Matérias estritamente factuais com temática de meio ambiente	112
Tabela 17 – Matérias estritamente factuais com temática política.....	125
Tabela 18 – Matérias estritamente factuais com temática de direito do consumidor.....	125
Tabela 19 – Matérias estritamente factuais com temática ciência e tecnologia	127
Tabela 20 – Matérias estritamente factuais com temática habitação.....	127
Tabela 21 – Matérias especiais.....	129
Tabela 22 – Uso da água para fins industriais. Vazões dos 17 maiores usuários para essa finalidade (SÃO PAULO, 2004, p. 223)	137
Tabela 23 – Matérias da categoria autopromoção	141

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Transcrição ilustrada da matéria “Denúncia de ocupação de áreas de preservação ambiental” exibida no Jornal Regional 2ª edição em 4 maio 2005	113
Quadro 2 – Transcrição ilustrada da matéria “tratamento de esgoto” exibida no Jornal Regional 1ª edição em 1 junho 2005.....	130
Quadro 3 – Transcrição ilustrada da matéria “atrações do programa Terra da Gente” exibida no programa Jornal Regional 1ª e 2ª edição em 16 julho 2005.....	142

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Processo de comunicação segundo teoria da informação (WOLF, 2003, p.109)	24
Figura 2 – Processo de comunicação na perspectiva da mídia de massa	24
Figura 3 – Distribuição da água doce da Terra em um dado instante (SHIKLOMANOV, 1998, apud, TUNDISI, 2003, p. 7)	60
Figura 4 – Representação esquemática do Ciclo Hidrológico.....	62
Figura 5 – Vazão média anual por habitante (Agência Nacional das Águas, 2005, p.88)	65
Figura 6 – Índice de qualidade de proteção da vida aquática dos Rios de Estado de São Paulo (SÃO PAULO, 2006)	67
Figura 7 – Vazões de retirada para os diferentes usos nas regiões hidrográficas (AGÊNCIA NACIONAL DAS ÁGUAS, 2005, p.78)	68
Figura 8 – Bacia hidrográfica dos rios Piracicaba, Capivari e Jundiaí.....	70
Figura 9 – Distribuição Percentual do Índice de Qualidade de Água para Fins de Abastecimento Público (IAP) e Índice de Qualidade da Água para Proteção da Vida Aquática (IVA) em 2003 (SÃO PAULO, 2004)	72
Figura 10 – Cobertura das Emissoras da EPTV (EMISSORAS PIONEIRAS DE TELEVISÃO, 2006).....	80
Figura 11 – Peça publicitária da EPTV (EPTV, 2006)	89
Figura 12 – Peça publicitária da EPTV (EPTV, 2006)	90
Figura 13 – Seqüência de imagens da vinheta da Rede Globo. EPTV , jul. 2005	94
Figura 14 – Seqüência da vinheta de identidade da Rede Globo do início da década de 90. Brazil, Muito Além do Cidadão Kane (Filme Direção: Simon Hartog, Duração: 93 min. Produção: Channel Four), 1993.....	94
Figura 15 – Temáticas em destaque no JR 1ª edição durante o período de 20 de março a 19 de junho de 2005	98
Figura 16 - Temáticas em destaque no JR 2ª edição durante o período de 20 de março a 19 de junho de 2005	99
Figura 17 – Distribuição do tempo das matérias ao longo das semanas analisadas.....	103
Figura 18 – Presença da água como assunto principal nas matérias selecionadas para análise .	103
Figura 19 – Somatória do tempo das matérias selecionadas por temática	104

Figura 20 – Imagens do estúdio do Jornal Regional 1 ^a e 2 ^a Edição, durante o ano de 2005....	110
Figura 21 – Ângela e Celso, identificados como ocupantes de imóveis irregulares em reportagem do JR.....	118
Figura 22 – Inexistência de mata ciliar em corpos d’água na região canavieira de Piracicaba/SP (PIACENTE, 2005, p. 117).....	123
Figura 23 – Imagens da matéria de divulgação do Globo Reporter no JR do dia 01 de julho de 2005	144
Figura 24 – Imagens extraídas das matérias sobre as atrações do programa Terra da Gente no telejornal da EPTV	146

1 INTRODUÇÃO

1.1 A mídia e suas mensagens na sociedade

A influência dos meios de comunicação de massa na sociedade é uma realidade retratada ao longo do último século por vários pesquisadores, que em diversos momentos produziram diferentes hipóteses teóricas para explicar esse fenômeno (DE FLEUR; BALL-ROKEACH, 1993). Todas essas hipóteses contribuíram para construir o conhecimento teórico atual sobre a mídia de massa. Analisando-se a produção científica, parece claro que informar, educar e, conseqüentemente, formar a opinião de indivíduos ou de grupos sobre os assuntos que afetam o cotidiano têm sido os meios pelos quais os veículos de comunicação contribuem de forma marcante na construção e reprodução da realidade social.

Considerando-se os meios de comunicação de massa brasileiros, é relevante constatar que a televisão é o nosso principal veículo. A maior parte das residências possui pelo menos um televisor e cerca de 110 milhões de pessoas acessam o conteúdo disponível diariamente (HOINEFF, 2004a). Isso confere aos veículos televisivos um grande potencial de influência na percepção das pessoas sobre a realidade social.

No Brasil, tal potencial foi forjado principalmente durante o governo militar (décadas de 60, 70 e início de 80) sob o slogan da integração nacional. Durante esse período, a escolha das organizações privadas que teriam acesso às concessões de canais de rádio e televisão considerava os interesses do Estado em propagar informações conformadas com os objetivos do regime governamental vigente (HERZ, 1987).

Esse fato histórico acabou por marcar a realidade da comunicação de massa brasileira. Por conseqüência, características como a verticalização dos canais de televisão estão presentes até os dias de hoje. Além de transmitir conteúdo, as emissoras de televisão brasileiras, em sua maior parte, produzem de forma quase integral suas programações e complementam seus espaços com material de baixo custo de distribuidoras internacionais que, além da sua inadequação à realidade do país, tornam muito difícil a concorrência da produção independente nacional. Tal situação é evidenciada na medida em que em nenhum outro país a produção televisiva é tão interna à

emissora de televisão como no Brasil. Existem emissoras européias privadas ou estatais que chegam a terceirizar ou comprar até 100% da programação, e mesmo nos Estados Unidos 60% do conteúdo das grandes redes é produzido fora destas (HOINEFF, 2004b). Assim, o modelo de produção televisiva brasileira cria uma situação estreita quanto à identidade brasileira e pobre em relação ao mundo.

Outra consequência importante do modelo televisivo brasileiro, implementado a partir do regime militar, foi a promoção do telejornalismo em rede nacional. Nesse cenário, a Rede Globo impôs sua liderança em condição de pouca liberdade editorial. O Jornal Nacional da Rede Globo, telejornal de maior audiência nacional, tende a ser a versão dos fatos que os telespectadores adotarão, o que é significativo e sinônimo de poder. Essa relação entre a mídia de massa e o poder (econômico e político) estruturou-se na base de interesses mútuos. Em sua pesquisa de seis meses durante o ano de 1997 sobre o Jornal Nacional, Lima (2001) percebeu o enquadramento oficialista das notícias deste programa. Em outras palavras, o Jornal Nacional “por omissão, ênfase ou distorção apresenta as notícias de um ponto de vista coincidente com aquele defendido pelo governo” (LIMA, 2001, p. 321).

Mesmo assim, como gênero, o telejornalismo é marcado pela mediação dos fatos cotidianos para o telespectador. Nessa lógica, “o telejornal é, antes de mais nada, o lugar onde se dão atos de enunciação a respeito dos eventos” (MACHADO, 2003, p. 104). Sob um ângulo mais crítico, pesquisadores como Herman e Chomsky (2003) acreditam que sob esta aparente objetividade existem interesses que são velados ao público. Interesses privados do ponto de vista econômico e político por parte dos controladores de grandes veículos de comunicação privados - como a Rede Globo - tendem a se manifestar na escolha dos assuntos cobertos, no seu enquadramento e em possíveis distorções que, em última análise, favoreçam os seus interesses e os de seus aliados.

De forma confluyente com esses interesses, a questão ambiental surge freqüentemente colada a conflitos sociais e econômicos, refletidos e desdobrados em vários aspectos da vida social. Acidentes ambientais, poluição, devastação florestal, eventos, roteiros turísticos, ou mesmo iniciativas de organizações ou indivíduos são exemplos de informações ambientais encontradas nos meios de comunicação de massa. Cada um dos temas acima contribui através das

suas mensagens veiculadas na criação ou transformação da imagem e da percepção do público a respeito do ambiente e da natureza. Seja no telejornalismo ou em outros tipos de programas da televisão, todas essas informações podem ser encaradas como “produtos ideológicos” – produzidos em uma “linha de montagem” nas redações dos veículos de massa – que são oferecidos de forma atraente, sumarizada e com uma mensagem de “fácil” compreensão para o telespectador.

A construção da mensagem tem múltipla autoria, já que participam vários agentes nesse processo. Apresentadores, produtores, assessores de imprensa, repórteres, fotógrafos, cinegrafistas, editores e demais atores do processo midiático, são locados em diferentes setores da “linha de montagem” das notícias. A interação desses profissionais com o fato e suas fontes cria uma representação, que assistimos nos telejornais.

Esse arranjo organizacional no qual opera a maior parte das redações dos telejornais parece sugerir uma busca pela isenção e objetividade na produção das notícias. Porém, conforme Edward S. Herman e Noam Chomsky relatam no livro **A Manipulação do Público**¹, o ambiente de síntese da notícia é estruturado em uma lógica de comunicação sujeita ao embate simbólico pelo poder, criando distorções e omissões na representação dos fatos. Tais desvios da representação dos fatos “filtram” a realidade, buscando adequar a mensagem a vários interesses.

Dentro desse mundo onde a mediação feita pelo telejornalismo é atrelada a fatores como os descritos acima, emerge uma realidade informacional a que a sociedade está sujeita. Nessa realidade, a construção do consenso público – considerando-se este público inserido no conceito de sociedade de massa² e de classes³ - é influenciada por grupos capitalistas poderosos

¹ O título original *Manufacturing Consent* nos parece mais apropriado na medida que expressa a idéia de “fabricação do consenso” através da mídia de massa.

² De acordo com Wolf (2003, p.7) A sociedade de massa é uma estrutura social produzida pelo desenvolvimento da sociedade capitalista. Ele a define a partir de sua estrutura e comportamento, de forma que a massa é como “um agregado homogêneo de indivíduos que - enquanto seus membros – são substancialmente iguais, não distinguíveis, mesmo se provêm de ambientes diversos, heterogêneos e de todos os grupos sociais” (WOLF, 2003, p.7). Continua ainda dizendo que “a massa também é composta por pessoas que não se conhecem, que estão espacialmente separadas umas das outras, com poucas possibilidades de interagir. Por fim, a massa não dispõe de tradições, regras de comportamento, liderança e estrutura organizacional” (BLUMER, 1936, p. 46, apud WOLF, 2003, pg 7).

³ A divisão de classes sociais denota a relação de poder entre grupos dominantes e dominados.

envolvidos em um movimento denominado neoliberalismo⁴. Como consequência a desregulamentação dos mercados e a expansão dessas organizações empresariais, de sua cultura e de seus valores, como o consumismo, é crescente.

Nesse cenário, a perspectiva ambiental dos fatos é transposta dentro desses pressupostos neoliberais encarnadores de “filtros”, criando representações distorcidas do mundo natural e de sua importância para a sociedade. Essas representações são criadas por meio de mensagens carregadas de signos, símbolos e sinais que atribuem valor ou importância aos objetos e ao fatos. Tais mensagens estão onipresentes nas mídias e tendem a influenciar a representação que a sociedade e os indivíduos têm do mundo (GERBNER et al, 2002). Dessa forma, o estudo da mensagem leva a compreender qual é, ou quais são as representações e os significados contidos nas enunciações das mídias de massa.

1.2 A água

Representando três quartos da superfície do planeta, a água está presente na constituição de todas as formas de vida e é reconhecida como sua promotora. Possui caráter multifuncional no ambiente e, assim, contribui na estabilidade climática e em outras funções de sustentação da vida animal e vegetal.

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 garantida universalmente, porém, por estar disponível de forma heterogênea e com vazão limitada no planeta, tende a se tornar escassa; na medida em que a população aumenta e as transformações no ambiente tendem a diminuir sua disponibilidade.

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

⁴ Uma boa definição de neoliberalismo é dada por Robert W. McChesney (2003, p.218), que se refere ao termo como “o conjunto de políticas nacionais e internacionais que exigem a dominação empresarial de todas as questões sociais com mínima força de reação”. Dentro desta definição fica evidente a sobreposição de interesses minoritários e dominantes, mostrando o lado perverso do modelo de desenvolvimento embutido nesta lógica.

(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 como recurso. 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). Em cidades como Piracicaba no interior de São Paulo, a disponibilidade está bem abaixo da média paulista. Os 400 m³/hab/ano (THAME, 2000, p. 12) que Piracicaba dispõe se aproximam da realidade 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).

Assim, a água é um tema de pesquisa interessante, dada a sua crescente escassez – em qualidade e quantidade – de forma que

(...) 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).

Na afirmação de Tundisi, fica evidente que a atenção sobre os problemas que envolvem a água é freqüentemente, dada pelo seu valor econômico. Talvez esse foco seja consequência de uma visão corrente na qual o desenvolvimento baseia-se no crescimento econômico, que, por sua vez, propiciaria o aumento da qualidade de vida.

De qualquer forma, resta a evidência de sua importância, principalmente devido à sua crescente escassez, que é causada pelo amplo uso, gerando sua diminuição em quantidade e qualidade. Tal situação denota a insustentabilidade do atual modelo de desenvolvimento, que tem gerado crescentes conflitos sociais, econômicos e ambientais no uso dos recursos naturais.

Mesmo sob uma perspectiva psicológica, a importância simbólica da água é evidente. 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, quando considera-se o gênero audiovisual, ganha importância na medida em que compõe o discurso verbal e visual da mídia.

Por tudo isso, a representação da água na mídia de massa é apontada neste trabalho como objeto de estudo. Através da compreensão das mensagens relacionadas a água na mídia pode-se entender que tipo de relação entre sociedade e ambiente é cultivada pelos veículos de comunicação de massa.

1.3 O problema

O principal problema levantado na pesquisa é decifrar as mensagens da EPTV Campinas⁵ em relação à água e ao ambiente, relacionando tudo isso a consciência ambiental da população. No contexto de uma emissora de alcance regional, considerando o prestígio que tal veículo de massa possui, há a possibilidade de realizar uma comunicação que crie uma consciência nos telespectadores mais realista dos conflitos ambientais em sua dimensão local. Da mesma forma, esse mesmo veículo pode realizar uma comunicação que ignora o debate dos conflitos ambientais que possam significar perdas financeiras ou de confiança junto ao poder econômico e político.

No que diz respeito a essas possibilidades, a EPTV Campinas pode ser considerada como um veículo de mensagens interessante para estudo, pois transmite seu sinal para cidades de uma mesma bacia hidrográfica que compartilham do mesmos problemas de degradação ambiental dos seus rios. Esta bacia apresenta ainda uma alta concentração demográfica e industrial que compromete a quantidade de água disponível para o abastecimento público. Com o objetivo de despertar a consciência ambiental da população do entorno, o uso da comunicação televisiva poderia ser uma diretriz interessante, contribuindo na transformação da realidade de degradação ambiental na qual se encontra essa região. O telejornalismo é um gênero importante para tal possibilidade, pois em tese, busca o tratamento objetivo dos temas que afetam a sociedade. Nesse panorama, o entendimento das prioridades e da construção dos fatos no telejornal regional da EPTV, dentro de uma perspectiva ambiental, pode revelar quais as mensagens que este veículo está propagando em relação à água e ao meio ambiente e suas implicações na dimensão local dos conflitos ambientais.

⁵ A EPTV Campinas é uma das quatro emissoras da EPTV – Emissoras Pioneiras de Televisão – uma empresa privada de comunicação que atua no interior do Estado de São Paulo e de Minas Gerais.

1.4 Objetivo geral

Considerando a importância da comunicação para a construção do consenso social, inclusive em relação aos assuntos ambientais, estabelecemos como objetivo o estudo das mensagens de um veículo de mídia televisiva de prestígio regional, visando verificar quantitativa e qualitativamente a sua cobertura jornalística sobre a água no contexto do seu entorno.

Assim, foi selecionada como objeto de estudo a EPTV Campinas, que cobre a região de Campinas e Piracicaba, na qual existem conflitos crescentes em relação à disponibilidade de água. A emissora selecionada faz parte de um grupo privado denominado EPTV, presente nos municípios de Campinas, Ribeirão Preto, São Carlos (estes três localizados no interior de São Paulo) e Varginha, no sul de Minas Gerais. Todas essas emissoras retransmitem o sinal da Rede Globo de televisão e inserem, em determinados horários, sua programação local.

1.5 Objetivos específicos

Quantificar e qualificar as informações difundidas pelo principal veículo de mídia regional, que se refiram à água, levantando características de abordagem que permitirão a análise de quais os principais valores, as fontes de informação, a temática, e o foco da atenção registrada, que tornam possível o diagnóstico de como a EPTV trata um assunto de interesse ambiental: a água;

Investigar como a EPTV destaca os temas relativos à poluição dos rios e mananciais. Se de modo integrado, considerando os aspectos ambientais envolvidos ou se aborda o assunto com informações fragmentadas, sem a preocupação com o contexto onde se insere a manutenção da qualidade da água dos rios e mananciais;

Verificar se o assunto é abordado com o objetivo de transformar a realidade, através da informação e conscientização das pessoas, promovendo um engajamento da sociedade na defesa do ambiente, ou apenas para atender a um apelo do mercado de informação, no qual a questão ambiental é um nicho a ser explorado;

Avaliar se a EPTV contribui para a formação de opinião pública, isenta de vínculos com interesses de grupos de poder econômico, ou se apenas reflete os interesses privados sem se preocupar com os impactos que o atual uso da água como recurso natural tem causado ao ambiente;

Definir as principais fontes de informação e avaliar a isenção do veículo frente aos diferentes interesses.

1.6 Hipóteses

Em vista do estudo de um veículo de massa inserido na lógica capitalista do lucro, para o qual a notícia é pensada dentro de uma atividade mercantil, espera-se encontrar mensagens que não afetem o modelo de desenvolvimento sócio-econômico adotado na região, em concordância com Herman e Chomsky (2003), que destacam a relação de interesses mútuos entre o poder (político e econômico) e os meios de comunicação de massa privados. No caso da região de Campinas, onde a industrialização e a alta concentração demográfica criam impactos negativos ao meio ambiente, isso deve se refletir no silêncio em relação à degradação ambiental. Nessa mesma direção, a ausência de matérias que contribuam para a formação de uma sociedade com poder crítico em relação à manutenção da qualidade ambiental é o resultado mais provável no desfecho deste trabalho. Tal hipótese deve ser confirmada pelas próprias características do telejornalismo de um veículo de caráter privado e sua relação conformista com o as classes dominantes, tanto em uma esfera regional como nacional e mundial.

Dessa forma, entendemos que essa hipótese será corroborada pelas constatações: o pequeno número de fontes consultadas, superficialidade e fragmentação da informação na abordagem dos temas, interesses editoriais divergentes da perspectiva ambiental, assim como a falta de iniciativas efetivas de divulgação institucional que tenham por finalidade a educação ambiental.

A desconexão entre os fatos, as suas causas e as implicações ambientais também devem ser constatadas. Isso se justifica devido à idéia de que a mídia se restringe a dados e busca desviar-se de discursos que desagradem grupos hegemônicos com interesses na manutenção de

processos econômicos que causam a degradação ambiental, seja para proteger os interesses de seus anunciantes e patrocinadores ou mesmo para preservar os interesses dos que controlam o veículo, conforme a visão de Herman e Chomsky (2003) sobre a mídia norte-americana. Estes autores sustentam a existência de filtros na mídia que definem os assuntos que são publicados e sua relevância dentro das redações. No mesmo sentido, esta pesquisa deve revelar a conexão ideológica da EPTV com a Rede Globo de Televisão, à qual é afiliada, e representante na região.

2 DESENVOLVIMENTO

2.1 Revisão Bibliográfica

A fim de criarmos uma base teórica para a análise do telejornal foram levantados vários conceitos que trouxessem uma compreensão da televisão como mídia de massa, assim como também sintetizassem a relação da água com o ambiente e a sociedade de forma a estruturar o tema desta pesquisa. Nessa intenção, foram estabelecidos vários tópicos para salientar os aspectos que conectam as diversas literaturas consultadas, iniciando pela idéia da representação do telejornalismo enquanto mídia de massa.

2.1.1 Mídia de massa, jornalismo e sua mensagem

Para entendermos qual o impacto das mensagens que as notícias dos jornais e telejornais causa é importante delimitar o contexto em que estes tipos de comunicação estão inseridos, ou seja, a sociedade de massa, conforme será definido a seguir.

2.1.1.1 A mídia e a massa

De forma simplificada a mediação pode ser definida como o compartilhamento de mensagens. Da mesma forma, o jornalismo se caracteriza como gênero de mediação entre uma organização de domínio público ou privado e os indivíduos da sociedade, pois se propõe a transmitir mensagens sobre os fatos para o público, dentro de uma perspectiva que hoje se conhece como mídia de massa.

Pelo ponto de vista da teoria da informação, conforme descrição de Wolf (2003, p.108-119), o compartilhamento de informações ocorre por um processo de fluxo de mensagem no sentido de um emissor para um receptor, sofrendo ruídos na sua transmissão (figura 1). Tais ruídos são conseqüências da intervenção de agentes que deformam a mensagem. Essa teoria simplifica uma relação carregada de funções na complexa sociedade de massa.

Figura 1 – Processo de comunicação segundo teoria da informação (WOLF, 2003, p.109)

A principal fonte de distorção de mensagem não se encontra nas fontes físicas de ruído, como sugere o quadro apresentado por Wolf (2003). A principal fonte de distorção de mensagem ocorre no processo de sua elaboração (figura 2). A seleção das fontes de informação e o tratamento dado àquilo que foi coletado podem gerar um grande afastamento em relação ao fato a ser reportado.

Figura 2 – Processo de comunicação na perspectiva da mídia de massa

Na busca de entendimento de como esse processo de comunicação acontece, primeiro é preciso considerar o conceito de sociedade de massa, na qual a mídia é o agente integrador das comunidades. A partir desse ponto é que tomamos consciência da importância que a comunicação de massa possui na sociedade e na sua identidade.

Conforme relatam De Fleur e Ball-Rokeach (1993, p.177-178), a sociedade de massa começa a existir no final do século XIX, quando as relações sociais se tornaram mais complexas com o início da industrialização. Nessa condição, os indivíduos se tornaram psicologicamente isolados uns dos outros, impessoais em suas interações e isentos de suas obrigações sociais informais forçadas. É certo que grandes centros urbanos ocidentais possuem tal cultura, mas a idéia de massa não se relaciona somente ao número de indivíduos. Na verdade, a sociedade de massa ocorre devido a características como a complexidade e o isolamento dos indivíduos, somadas à sedimentação social, que são os valores comuns, a ideologia homogênea corrente. Indivíduos de uma sociedade de massa, mesmo pertencendo a classes sociais diferentes, estabelecem valores semelhantes que se refletem em comportamentos como, por exemplo, o consumo.

Morin (1969) descreve esses valores presentes dentro da cultura⁶ de massa que, ao mesmo tempo em que se desagrega em classes, também se identifica em relação aos ideais de consumo. Nas suas palavras:

Múltiplos compartimentos são mantidos ou construídos entre os diferentes *status* sociais: os funcionários públicos recusam a identificar-se com os operários, os operários permanecem com sua consciência de classe, a fábrica continua sendo o gueto da civilização industrial. Prestígios, convenções, hierarquias, reivindicações, diferenciam e dividem essa grande camada assalariada. Mas, o que a homogeneiza não é apenas o *estatuto salarial* (seguros sociais, aposentadorias, às vezes seguros de desempregos), é a *identidade dos valores de consumo*, e são esses valores comuns que veiculam as *mass-media*, é essa unidade que caracteriza a cultura de massa (MORIN, 1969, p.43-44).

Os veículos de comunicação de massa acabam por se estabelecer como agentes integradores da sociedade na medida em que promovem, dirigem e uniformizam certas informações para os indivíduos que, por sua vez, se sentem pertencentes à sociedade por

⁶ No que se refere à definição de cultura para esse estudo pode-se dizer que “constitui um corpo complexo de normas, símbolos, mitos e imagens que penetrando o indivíduo em sua intimidade, estruturam os instintos, orientam as emoções. Esta penetração se efetua segundo trocas mentais de projeção e de identificação polarizadas nos símbolos, mitos e imagens da cultura como nas personalidades míticas ou reais que encarnam os valores (os ancestrais, os heróis, os deuses)” (MORIN, 1969, p.17).

compartilharem certos valores. Esses valores são cultivados ao longo do tempo, justamente pelo conteúdo promovido pelos meios de comunicação.

Assim, a mídia ajuda a integrar os indivíduos na sociedade, criando um conteúdo com características estéticas que atrai a atenção do público para suas mensagens. Na possibilidade de ‘elaborar’ o conteúdo é que se estabelece um ponto de enorme tensão. Afinal, definir a estética e o próprio conteúdo submetem a informação à arbitrariedade de quem a controla.

Os veículos de mídia, principalmente os privados, tendem a cumprir com uma agenda de comunicação dentro de uma perspectiva de mercado. Tanto o conteúdo produzido quanto o espaço publicitário se submetem a lógica do mercado, na busca de índices de audiência (no caso da televisão) e volume de leitores (jornal, revista, impressos). É certo que esta lógica define a própria razão de existência dos veículos que atendem à demanda de informação. No entanto, a polaridade entre o interesse da sociedade e o dos veículos e seus controladores é tema que precisa ser considerado quando levamos em conta as mensagens da mídia, de forma a separar e identificar tais interesses em seu conteúdo e, assim, verificar suas prováveis consequências sociais, econômicas e ambientais.

2.1.1.2 A paulatina fabricação do consenso

Ao longo do tempo, estudos sistemáticos geraram diversas teorias para explicar a influência dos meios de comunicação de massa sobre a sociedade e os indivíduos. Todas elas possuem diferentes qualidades e limitações na explicação deste fenômeno social. Essas teorias traduzem condições históricas e especificidades dos diferentes meios de comunicação e possuem importância do ponto de vista teórico, já que definem diversos pontos de vista sobre a comunicação e seus efeitos. O presente trabalho assume alguns pressupostos teóricos da teoria de cultivo e da teoria dos filtros para a análise da televisão como veículo de massa, conforme será levantado a seguir.

Conforme sustentam Herman e Chomsky (2003), as funções sociais da mídia de massa podem ser descritas como entreter, informar, inculcar valores, crenças e códigos de conduta, além

de integrar os indivíduos às estruturas sociais. Estes autores analisam estas funções sob uma ótica da crítica social em que a mídia de massa é o aparato ideológico de grupos poderosos que articulam, com maior ou menor consciência, para estabelecer e manter sua relação de poder simbólico na estrutura de classes sociais.

Esses autores relacionam a função do entretenimento e sua usurpação no contexto da comunicação da seguinte forma:

O entretenimento não tem apenas o mérito de vender produtos; ele é um veículo eficaz para mensagens ideológicas ocultas. Além disso, em um sistema de elevada e crescente desigualdade, o entretenimento é o equivalente dos “jogos de circo” romanos, pois desvia o público das questões políticas e ainda gera uma apatia política útil para a preservação do *status quo* (HERMAN; CHOMSKY, 2003, p. 19).

Todos os produtos culturais elaborados e disseminados pelas mídias de massa são passíveis de análise de conteúdo, que é uma metodologia que traz à luz a mensagem corrente nesses veículos. Esse tipo de análise é útil na identificação das mensagens ideológicas ocultas nos meios de comunicação, podendo revelar as intenções dos que utilizam os veículos de massa para criar um consenso social. Esse raciocínio fica ainda mais evidente quando analisamos a segunda principal função dos meios de comunicação de massa que citamos acima; informar, a principal função dos jornais e telejornais através das suas notícias.

Segundo Herman e Chomsky (2003), existem cinco “filtros” pelos quais a mídia produz as notícias, sendo eles: a) o interesse de seus proprietários, b) o foco nos anunciantes, ou seja, a publicação em conformidade com os anunciantes associados e suas necessidades (o consumismo por exemplo), 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, dentro dos critérios neoliberais. Na perspectiva destes autores, esse conjunto de interesses age como seletor, redutor, silenciador, distorcedor e adicionador de informação, trabalhando na construção e manutenção do consenso público em relação à realidade.

Tal processo não ocorre do dia para a noite, é resultado de uma paulatina exposição do público às mensagens. É dessa forma que a teoria do cultivo explica como os indivíduos são treinados desde a infância a enxergar a realidade em conformidade com aquela retratada nos

meios de comunicação de massa. A televisão e suas mensagens estão bem posicionadas nesse perfil, pois, segundo essa teoria, a mídia de massa ‘cultiva’ a forma como as pessoas pensam o mundo objetivo. Essa teoria sustenta a importância da televisão na estrutura da sociedade, na qual

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 à base da cultura nacional e desta forma, trazendo todos para um conjunto de idéias compartilhadas (GERBNER 2002, p. 43).

Por meio de estudos junto ao público Gerbner (2002) salienta que aqueles que assistem à TV por mais tempo são mais propensos a perceber a realidade social de forma mais homogênea em relação às imagens, ideologias e valores que este meio propaga. A partir desta constatação podemos considerar que o cultivo da forma do público ver o mundo que a mídia promove busca centralizar um consenso em torno de ideais comprometidos com a manutenção do atual modelo de desenvolvimento e de organização social.

2.1.1.3 Jornalismo e a (de)formação da notícia

Os veículos de mídia utilizam a informação como matéria-prima na síntese de uma de suas mercadorias: a notícia. Para esses veículos a notícia deve atrair a atenção do público pois nas relações de troca da sociedade capitalista o público paga pela notícia não somente por meio da compra do jornal, mas também pelo aumento da tiragem – os índices de audiência são particularmente importantes para a televisão aberta – agregando valor ao espaço publicitário do veículo. Quanto maior a tiragem ou a audiência do veículo maior é o valor do espaço publicitário ofertado aos anunciantes.

Assim, o jornal e o telejornal, através da venda de espaço publicitário, se torna um conjunto de informação e opinião, por um lado, e portador de publicidade, por outro (MARCONDES FILHO, 1989, p.28).

Marcondes Filho 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, p.28). Cabe salientar que, tanto a proximidade espacial como ideológica servem para essa afirmação, o que permite dizer que o conteúdo ideológico da notícia não deve ferir os interesses dos anunciantes, sejam estas corporações ou Estado – de acordo com a teoria dos filtros de Herman e Chomsky (2003):

As relações internas do leitor com os conteúdos redacionais fazem parte de um contexto, com frequência espacial e temporalmente estreito, da recepção das mensagens publicitárias, contidas em um veículo. Resulta por isso, também, que uma ligação do leitor a uma matéria jornalística específica influencia positiva ou negativamente o êxito publicitário de determinados anúncios. Um efeito favorável se dá, por exemplo, quando na parte redacional das revistas de moda são apresentados modelos iguais ou semelhantes aos dos anúncios, ou quando, em periódicos especializados, são tratados problemas análogos nas partes de notícia e de publicidade. Ao contrário, reduz-se a eficácia publicitária por meio da leitura de artigos específicos quando os textos jornalísticos estão em contradição com os conteúdos dos anúncios (GÜTHER, 1984 apud MARCONDES FILHO, 1989, p.28)

Segundo Marcondes Filho, sob uma perspectiva da publicidade, a notícia é criada com certo sensacionalismo, o que acaba por fazer com que o veículo aborde os fatos sob uma perspectiva de prioridade estética, pois

(...) todos os jornais são, uns mais, outros menos, sensacionalistas. Nenhum foge dessa determinação. Isso porque transformar um fato em notícia não é o mesmo que reproduzir singelamente o que ocorreu. Transformar um fato em notícia é também alterá-lo, dirigi-lo, mutilá-lo. (...) Semelhante às outras mercadorias, também no jornalismo o valor de uso não se vende enquanto tal, mas como ‘aparência do valor de uso’ (MARCONDES FILHO, 1989, p.29).

Nas redações dos veículos a deformação do fato na construção da notícia, na perspectiva sensacionalista, tem por objetivo elaborar o ‘valor do uso’⁷ da notícia. Marcondes Filho sustenta que quanto menor é o interesse do público pela notícia mais esforço é empreendido na sua elaboração estética, no sentido de motivar o seu consumo. Dessa forma

A manchete, o destaque, a atratividade são o chamariz da mercadoria jornal. Como valor de uso, ela seria árida e sem graça, como no Diário oficial. Este, entretanto, não é jornalismo, mas um veículo de notificação oficial. Jornalismo, ao contrário, trabalha o fato e constrói, a partir dele, um outro mundo (MARCONDES FILHO, 1989, p.31-32).

⁷ Marcondes Filho (1989) analisa a notícia por uma perspectiva marxista na qual ela tem valor de troca. Assim, o valor de uso da notícia descrito por este autor significa o quão atraente ou importante a notícia é ou aparenta ser para o público.

Esse outro mundo distanciado do real, na verdade, é criado dentro de uma prerrogativa de atendimento e cultivo de uma demanda por notícias, de acordo com o caráter capitalista dos veículos de comunicação. Em suma, a manutenção da audiência é um assunto tratado não somente dentro de uma perspectiva de conteúdo, mas também, sob uma estética. De qualquer forma, reduzem-se as possibilidades de jornalismo objetivo, que é dogmatizado em sua condição utópica, seja o veículo de caráter público ou privado. A distorção, consciente ou involuntária, é da natureza da mediação, pois de qualquer forma, a construção da notícia apreende a condição deformadora da descrição sensacional.

A estética sensacional é incorporada à rotina de produção da notícia. Sua construção segue parâmetros inerentes à natureza dos veículos de massa que se estruturaram nessa condição para tornarem atrativo o conteúdo para o público. Assim, a construção da notícia torna-se um ato deformador da realidade devido a uma condição estrutural. Em tal condição, a distorção da notícia se estabelece por diferentes meios que condicionam a representação daquilo que a imprensa entende como atrativo para o seu público e interessante para seus objetivos, de forma que

A efemeridade, a transitoriedade e os processos de montagem, fragmentação e descontinuidade, que caracterizam o fluxo de informação e produção de mercadorias, interferem radicalmente na qualidade estética, na inteligibilidade e na representação do fato noticioso. As condições de produção e a forma de apresentação do fato noticioso manifestam conteúdos latentes, podendo ir do enquadramento da imagem à sonoplastia, passando pelo tempo de exposição e recorte. Nos veículos impressos, por exemplo, a definição dos destaques da primeira página, a utilização de fotos reproduzidas de agências internacionais e a supressão de determinadas informações possibilitam forjar interpretações da realidade (COSTA, 2002, p.136)

Tais condições estabelecem um ambiente de construção de notícias que facilmente distorce as mensagens de forma a obter os resultados projetados pela empresa de comunicação.

A velocidade com que a informação flui pelos veículos é outra característica deformativa, considerando que as informações devem estar disponíveis em um curto prazo, a partir do seu acontecimento, e sem muito tempo para sua exposição. Essa velocidade estabelece uma narrativa convencional que impossibilita a crítica; a não ser que o fato seja condenável pelos padrões sociais, pois afinal, com poucas palavras se estabelece uma argumentação que evoca uma posição convencional, conservadora.

Bourdieu destaca essa condição quando aponta para o curto espaço de tempo que a televisão determina para a discussão de um tema que funciona como uma censura devido ao fato de “o tempo impõe ao discurso restrições tais que é pouco provável que alguma coisa possa ser dita” (BOURDIEU, 1997, p.19).

Para Marcondes Filho as notícias do telejornal

(...) são puros *leads*⁸ que pouco ou nada dizem sobre os fatos que se propõem anunciar. Na televisão manipula-se com mais facilidade na escolha dos temas, no espaço que lhes é destinado, no destaque, no enfoque e até mesmo na expressão do apresentador. E isso não é tudo. A televisão transmite, além disso, a ilusão da verdade: ao ver as cenas do acontecimento o receptor rejeita a tese da manipulação pelo fato de *ter testemunhado com seus próprios olhos* o ocorrido. A mística das imagens garante o estatuto da verdade absoluta e inocenta a deturpação (MARCONDES FILHO, 1989, p.52).

Marcondes Filho relata condições pelas quais os veículos de jornalismo acabam por encobrir e falsear a realidade São elas: a fragmentação, a personificação dos processos sociais, o uso da linguagem e da técnica e a sonegação das informações (MARCONDES FILHO, 1989, p. 40-51).

A fragmentação da realidade é caracterizada pela seleção sumarizada das informações para a construção da notícia. É um processo extremamente comum nos telejornais que pressupõem o domínio do assunto da notícia por parte dos telespectadores. Em poucas palavras, ocorre devido ao curto espaço de tempo entre o levantamento das informações e sua inserção como notícia. Tal condição obedece à necessidade de mercado dos meios em trazer os fatos de forma rápida, mas cria uma condição na qual a informação apresenta-se descontextualiza de seu fundo histórico-social, de modo que são destacados seus aspectos sensacionais de forma a chamar a atenção do público. Tal fragmentação

(...) produz igualmente mentalidades fragmentadas, diluídas, difusas, que vêm o contexto social, a realidade, sem nenhum nexo, sem nenhum fio orientador. Para a mentalidade fragmentada, a fragmentação noticiosa cai como uma luva (MARCONDES FILHO, 1989, p. 40-41).

Dessa forma, os telejornais elaboram suas notícias a partir da

⁸ Técnica do jornalismo que visa resumir a notícia em poucas palavras como forma de chamar a atenção para a notícia que será apresentada.

(...) compartimentalização da história, sua redução a fragmentos desconexos é a técnica manipulativa que se opera no jornal, que mantém os leitores e o público em geral incapazes de, separados da visão conjunta dos processos sociais, seu entrelaçamento e inter-dependência, discernir no meio desse amontoado, quem, em última análise, detém as rédeas desse processo e para onde o leva (MARCONDES FILHO, 1989, p.42).

Em última análise, essa condição define uma situação na qual “a quebra da unidade, da totalidade na apresentação jornalística torna os homens objetos inconscientes das estruturas de dominação que criam diariamente” (MARCONDES FILHO, 1989, p.42)

A personificação dos processos sociais ocorre quando um fato é conectado a um personagem, quando na verdade, esse personagem teve suas origens numa conjuntura de processos sociais. As transformações sociais nessa perspectiva tornam-se um ato individual e não mais fruto de movimentos sociais. Essa forma de manipulação também é largamente encontrada nos telejornais, na medida em que as reportagens estabelecem personagens no relato do fato. Tais personagens tornam-se protagonistas na elaboração daquele ambiente de onde a notícia é extraída.

Através da linguagem o veículo estabelece uma imagem de credibilidade, neutralidade e seriedade, inserindo informações que atribuem essas características à mensagem. Assim o “porta-voz oficial”, as “fontes bem informadas”, são citadas de forma a criar uma maior aceitação e passividade por parte da audiência.

Também é verificada a distorção do fato pelo uso de termos desconhecidos, de gráficos e tabelas que criam dificuldades no entendimento e tornam as informações facilmente manipuláveis de acordo com o sentido que se quer criar para a notícia.

A sonegação de informações, diferentemente das outras formas de distorção – as distorções estão presentes de forma diluída não só no jornalismo, mas também no discurso geral dominante da sociedade (MARCONDES FILHO, 1989, p.49-50) – é exclusiva do campo do jornalismo. Por este expediente os editores definem o espaço e/ou o tempo e as informações que serão enfatizadas ou omitidas.

Conforme Marcondes Filho, no discurso jornalístico, as distorções presentes ilustram a condição que a teoria dos filtros define, na qual a representação da realidade dá lugar à

construção e ao reforço de um mundo virtual imaginado pela elite. Sobre isso, o autor arremata da seguinte forma:

O mundo que o jornalismo recria é, portanto, um outro mundo, com outros fatos e outra atribuição de importância, que já não tem muito a ver com a realidade. É um mundo forçado, cristalização ideológica da realidade que seus produtores almejam e situam como ótima (MARCONDES FILHO, 1989, p.51).

2.1.1.4 A prática da produção da notícia como fonte de distorção

Em relação à forma pela qual se constrói a notícia nas redações de qualquer mídia de massa, cabe dizer que esta construção se estrutura em condições que definem, desde a coleta, e seleção até a apresentação da notícia. O trabalho cotidiano de mediação cria uma rotina de operação pragmática e própria do campo jornalístico. Assim, esta rotina define as três fases (coleta, seleção e apresentação) que interferem na qualidade da notícia.

Wolf (2003) destaca a passividade do processo de coleta que ocorre em larga medida a partir do recebimento das informações pelas agências e canais de comunicação específicos (assessorias de imprensa de instituições públicas e privadas), que fornecem a matéria-prima necessária para preencher a necessidade cotidiana de notícias. A partir dessa condição, cabe à redação reestruturar a informação em conformidade com os valores/notícia⁹ relativos ao produto, ao formato e ao meio (WOLF, 2003, p. 229).

A seleção do material implica escolher as notícias e o espaço que elas devem ocupar. Esse processo é dinâmico sem deixar de ser pragmático, pois é restrito a um curto espaço de tempo, já que pode ser alterado até momentos antes da apresentação, seguindo os critérios do veículo.

⁹ Os valores/notícia são critérios de relevância estabelecidos no cotidiano das redações que “definem quais os acontecimentos são considerados suficientemente interessantes, significativos, relevantes, para serem transformados em notícias” (WOLF, 2003 p.202). Esses critérios estão presentes não só na seleção da notícia, mas em todo o processo de produção desta e que norteia as escolhas dos jornalistas. De forma que “Os valores/notícia são usados de duas maneiras. São critérios para selecionar, do material disponível para a redação, os elementos dignos de ser incluídos no produto final. Em segundo lugar, eles funcionam como linhas-guia para a apresentação do material, sugerindo o que deve ser enfatizado, o que deve ser omitido, onde dar prioridade na preparação das notícias a serem apresentadas ao público. Os valores/notícias são, portanto, regras práticas que compreendem um *corpus* de conhecimentos profissionais que, implícita e muitas vezes explicitamente, explicam e guiam os procedimentos de trabalho redacional” (GOLDING-ELLIOTT, 1979, p.114 apud WOLF, 2003, p.203).

De qualquer forma, a partir da seleção se apresentam outras condições na construção da notícia que as tornam como são. Wolf (2003) estabelece condições no tratamento dos fatos que descrevem a edição da notícia selecionada.

Duas dessas condições são importantes para esta análise, pois impõem regras para a reconstituição do fato. A primeira é a sumarização, entendida aqui como a apresentação de poucas linhas resumidas sobre o fato informado. Como o tempo limita a notícia, as poucas informações enunciadas tendem a criar uma descrição sem detalhes. Nesse mesmo sentido, a segunda característica é a falta de elaboração do contexto no qual o fato ocorre, tornando difícil para o público que não acompanha a temática abordada entender completamente a significação do fato e suas implicações. Em outras palavras, essas características estruturais da maioria dos telejornais dificultam a reflexão da audiência sobre o fato noticiado. Mesmo assim, a indicação do fato e sua presença no espaço do telejornal agregam notoriedade e dão importância a este.

O limite existente na representação da realidade pela mídia de massa também é reconhecido pela teoria do *newsmaking*¹⁰ que se baseia na observação do processo de produção da notícia no estudo da “construção” das mensagens. Pela sua perspectiva as distorções que ocorrem no processo de produção, edição e apresentação da notícia, se dão dentro de formatos pré-estabelecidos e assim

A fase de confecção e apresentação dos acontecimentos dentro do formato e da duração dos noticiários consiste justamente em anular os efeitos dos limites provocados pela organização da produção, para ‘restituir’ à informação o seu aspecto de espelho do que ocorre na realidade externa, independente do aparato informativo (WOLF 2003, p. 259).

Essa reconstituição da realidade é comprimida em um discurso sintético através do processo de edição, no qual alguns aspectos do fato são salientados. Segundo Wolf, estas saliências nas notícias “tornam-se um modo de condensar, de focalizar a atenção em algumas partes do acontecimento (*highlighting*) e, presumivelmente, traduz-se numa maneira semelhante de receber, decodificar e memorizar as informações recebidas” (WOLF, 2003, p. 260). Cabe aqui ressaltar que esses critérios de escolha e edição são criados em um meio de produção de notícia

¹⁰ Wolf (2003) cita Warner (1971), Elliot (1972), Epstein, (1973), Altheide (1976), Schlesinger (1978a), Thuman, (1978) como exemplos de autores que utilizaram essa abordagem em suas pesquisas.

onde os valores do campo social jornalístico, do veículo e mesmo pessoais daqueles responsáveis pelo processo são determinantes na abordagem da notícia.

Nessa perspectiva, pode-se considerar que, dentro da temática que se pretende abordar em uma notícia, as saliências, ou *highlightings*, ou ainda as informações que são ressaltadas, assim como sua organização no texto, criam significados expressos acerca do que se quer comunicar. Enfim, estes critérios, tanto do ponto de vista de texto como de imagens, acabam por compor as mensagens em uma notícia.

Cabe ainda destacar que esses pontos ressaltados em uma determinada notícia podem ser direcionados por diferentes perspectivas. Pode-se falar sobre o crescimento econômico da agricultura, por exemplo, de uma perspectiva de geração de empregos ou ainda da exclusão que este crescimento trouxe para a agricultura familiar. Assim, podem-se enquadrar dentro de uma temática diferentes pontos de vista. É dessa forma que o enquadramento “envolve basicamente a seleção e saliência, sendo que esta última consiste em tornar uma informação mais ‘noticiável, significativa ou memorável para a audiência’” (LIMA 2004, p. 247). O enquadramento pode ser definido como “padrões persistentes de cognição, interpretação e apresentação, e ainda de seleção, ênfase e exclusão, através dos quais os *symbol-handlers*¹¹ organizam rotineiramente o discurso, quer verbal, quer visual” (GITLIN 1980, apud LIMA 2004, p. 254).

Para uma análise de conteúdo de material jornalístico, a identificação do enquadramento de uma notícia pode ajudar no entendimento das prioridades que o veículo e o conjunto de profissionais envolvidos na produção da notícia têm em relação a uma determinada temática. Neste aspecto:

Enquadrar e selecionar certos aspectos da realidade percebida e torna-los mais salientes no texto da comunicação de tal forma a promover a definição particular de um problema, de uma interpretação casual, de uma avaliação moral, e/ou recomendação de tratamento para o tema descrito. Enquadramentos, tipicamente, diagnosticam avaliam prescrevem (ENTMAN 1993, apud LIMA 2004, p. 273-274).

Pode-se dizer que, na lógica do enquadramento, a construção da notícia resulta da relação de fatores que vão desde a estrutura do campo jornalístico, do telejornal, até o veículo e os

¹¹ Para o contexto desta análise uma boa tradução deste termo envolve todos os responsáveis pela produção das notícias.

interesses de seus controladores, que distorcem, agregam ou subtraem a informação que compõe o fato noticiado.

2.1.1.5 O telejornal e sua produção

A narrativa do telejornal pode ser reconhecida facilmente pelo telespectador, independentemente do veículo ou do país onde se produz um telejornal. É um gênero amplamente disseminado e homogêneo em seu formato. Tal característica é relevada por Machado:

Malgrado as variações locais ditadas por especificidades culturais ou lingüísticas e por diferenças de suporte econômico, o telejornal se constrói da mesma maneira, se endereça de forma semelhante ao telespectador, fala sempre no mesmo tom de voz e utiliza o mesmo repertório de imagens sob qualquer regime político, sob qualquer modelo de tutela institucional (privado ou público), sob qualquer patamar de progresso cultural ou econômico (MACHADO 2003, p. 104).

Por um lado, essa padronização de linguagem sugere a existência de uma formação profissional que restringe o aspecto formal da comunicação nos telejornais. Por outro, a cópia de um modelo pré-estabelecido pelos diversos veículos aproxima os vários programas de telejornalismo na linguagem e fornece ao telespectador, uma rápida identificação do gênero. Em última análise, essas características podem ser exploradas na busca pela audiência por meio do rápido reconhecimento, além de sugerir para o telespectador um espaço de difusão de informação objetiva.

Outra característica importante do telejornal é a sua arbitrariedade no tratamento da informação. A mediação entre a fonte da informação e o telespectador é composta de várias “vozes” (repórteres, fontes e âncora) presentes na notícia. Quanto a isso Machado diz que:

A menos que nós próprios sejamos protagonistas, os eventos surgem para nós, espectadores, mediados através de repórteres (literalmente: aqueles que reportam, aqueles que contam o que viram), porta-vozes, testemunhas oculares e toda uma multidão de sujeitos falantes considerados competentes para construir ‘versões’ do que acontece (MACHADO 2003, p. 102).

Por terem um papel mediador e possuírem vozes, os repórteres e outros profissionais envolvidos na produção de notícia acabam por adicionar significados, sentidos e valor ao fato noticiado. Disso tudo vem a importância das legendas de identificação desses agentes e, às vezes,

dos locais de onde estão falando, que acabam por criar significados relativos ao fato enunciado. A identificação de cidadãos comuns envolvidos no fato abordado, ou de autoridades que discursam como porta-vozes do poder público, por exemplo, agrega um sentido de veracidade à notícia, pois quem relata não é mais o repórter e sim as partes envolvidas ou especialistas no tema. Assim, quanto mais fontes identificadas (institutos de pesquisas, autoridades no assunto, cidadãos comuns, portadores de várias versões dos fatos, celebridades, etc.) mais credibilidade, ou seja, “realidade”¹².

Essa forma de construção da notícia, com a vinculação da fonte, realmente agrega uma imagem “realista” ao fato, na medida em que busca introduzir opiniões e discursos na narrativa. Porém, cabe ressaltar que as fontes de informação são escolhidas, dirigidas em suas falas e finalmente editadas. Nessas condições, o telejornal passa a agregar a credibilidade da fonte de informação e sua imagem, mesmo que apenas uma pequena parte da entrevista (aquela que é interessante para reforçar o sentido desejado) seja inserida na notícia.

Outra predisposição do formato do telejornal é a narração do fato em uma condição na qual a imagem dos apresentadores se anula. Dessa forma, na maior parte das vezes, a figura dos repórteres e âncoras e sua enunciação se transformam em vozes sem personalidade, inseridas em um modelo-padrão de narrativa de telejornal em que

(...)o relato telejornalístico é imaginado como uma estrutura destituída de entidade narradora central, na qual o evento é reportado através das falas de seus protagonistas e/ou dos enviados especiais da própria televisão (MACHADO 2003, pg 107).

Essa estrutura pode apresentar o âncora que tece comentários e utiliza as matérias para corroborar seu ponto de vista, ou casos em que este apenas é responsável por enunciar as matérias e o repórter tem uma maior possibilidade de agregar características individuais à narrativa. Machado faz esta constatação e propõe a existência de hierarquias entre as diversas vozes que rivalizam na arena do telejornal. De qualquer forma, a possibilidade de se atribuir um valor através da forma pela qual a notícia é narrada é definida por Machado por meio de dois modelos: o opinativo, no qual o âncora narra a notícia agregando seu ponto de vista particular sobre a temática, e o polifônico, que tem uma narrativa de aparência “neutra”, como se o texto

¹² O sentido que se quer ressaltar aqui quando se entre aspas a palavra é o apelativo e o coercivo, na medida em que se estabelece uma relação com o telespectador na qual o veículo se denomina como o portador de realidade.

exprimissem a versão dos fatos mais aceita. Da forma como Machado classifica, o telejornalismo da EPTV possui características mais próximas do modelo polifônico, na qual

(...) o apresentador aparece como uma voz que expressa a opinião mais esparsa ou mais difusa de um corpo de redatores, quando o *staff* parece ter o mesmo peso e a mesma importância que ele na condução do relato (MACHADO 2003, p. 108).

A adoção de um ou outro modelo de jornalismo é na verdade uma escolha do veículo. Se, por um lado, a adoção do modelo opinativo mostra abertamente qual a posição do apresentador em relação ao tema discutido, o polifônico aparenta neutralidade em relação ao assunto. Porém, conforme comenta Machado, essa pretensa neutralidade do modelo polifônico muitas vezes é construída objetivamente como forma de mascarar a posição da redação.

O modelo polifônico de telejornalismo pode ser acusado, não sem razão, de tentar mascarar o fato de que toda produção de linguagem emana de alguém, ou de um grupo, ou de uma empresa, portanto nunca é o resultado de um consenso coletivo, mas de uma postura interpretativa ‘interessada’ diante dos fatos noticiados (MACHADO 2003, p.109).

Dessa forma, a parte interessada a que Machado se refere é o elemento filtrador que Herman e Chomsky definem, incorporando interesses à composição da mensagem. Essa conexão entre a forma de apresentação (aparência de neutralidade) e sua intencionalidade na elaboração da mensagem denota um interesse na construção de um consenso favorável à posição que o veículo representa. De qualquer forma, é importante ressaltar que

(...) a questão da verdade está afastada do sistema significativo do telejornal, pois, a rigor, não é com a verdade que ele trabalha, mas com a enunciação de cada porta-voz sobre os eventos (MACHADO 2003, p. 111).

Contudo, mesmo não se tratando da verdade, a representação da realidade dos telejornais – assim como das outras comunicações de gênero jornalístico – constroem a agenda de discussão da sociedade. Wolf (2003) relata como a pauta das matérias tende a definir o centro de discussão e por consequência, influenciar o consenso em relação à realidade social.

Essa constatação é defendida pela hipótese da *agenda-setting*¹³ que sustenta que

¹³ Wolf (2003) cita Lippmann, Lang, e Noelle Neumann como seus precursores que salientam que esta hipótese não sustenta que a mídia tenta persuadir, mas sim, apresenta ao público uma lista de fatos a respeito dos quais se pode ter uma opinião e discutir. Um exemplo de pesquisa nessa linha é a de McClure e Patterson (1976), sobre campanhas eleitorais na qual a hipótese da agenda-setting busca explicar a influência na decisão de voto.

(...) em consequência da ação dos jornais, da televisão e dos outros meios de informação, o público é ciente ou ignora, dá atenção ou descuida, enfatiza ou negligencia elementos específicos dos cenários públicos. As pessoas tendem a incluir ou excluir dos próprios conhecimentos o que a mídia inclui ou exclui do próprio conteúdo. Além disso, o público tende a conferir ao que ele inclui uma importância que reflete de perto a ênfase atribuída pelos meios de comunicação de massa aos acontecimentos, aos problemas às pessoas (SHAW 1979, p. 96 apud WOLF 2003, p. 143).

Nesse aspecto, o que é incluído ou excluído a partir dos dados e fontes em suas diversas posições ou pontos de vista, é definido pelos veículos de comunicação. Os critérios que regem tal processo são definidos em uma redação de acordo com a visão editorial vigente no veículo, ou seja, seus valores e interesses. Segundo Wolf (2003, p. 184-188), essa seleção se dá por profissionais que “filtram” as notícias, atendendo a critérios internalizados na empresa de comunicação. Suas escolhas se dão a partir de uma ação profissional, organizacional e burocrática, referenciada na lógica hierárquica, que acaba por impor seus valores de maneira que “a principal fonte de expectativas, orientações e valores profissionais não é o público, mas o grupo de referência, constituído pelos colegas ou superiores” (WOLF, 2003, p.187). Tal condição se estabelece a partir do processo de socialização dos jornalistas no ambiente de redação, no qual estes se conformam com a orientação do jornal.

A condição na qual se estabelece a seleção dos fatos, de acordo com o mencionado, pode sugerir uma manipulação por parte de quem a realiza. Quanto a essa possibilidade, Wolf (2003) ressalta a natureza involuntária de boa parte das distorções.

De qualquer forma, a partir da seleção condicionada pelo regime interno das redações, essas enunciações elaboradas como notícias acabam por ser ofertadas aos telespectadores em uma lógica mercantil, principalmente no caso dos veículos privados, que precisam comercializar os espaços publicitários da sua programação. Assim é que os telejornais buscam manter ou aumentar seus índices de audiência. No horário prefixado da exibição do telejornal, o telespectador tem o esforço do veículo para cativar sua atenção, pois, sem esta não se realiza a venda do espaço publicitário (MARCONDES FILHO, 1989, p.52).

2.1.2 Telejornal, publicidade e consumismo

Conforme visto anteriormente, a rotina da busca de conteúdos e de uma linguagem atraente para o público dos telejornais está presente nas redações. Como qualquer outro gênero televisivo, o telejornalismo sofre da preocupação com os índices de audiência, o que colabora na criação de uma versão espetacular do fato que, em última análise, contribui para o aumento e para a manutenção da audiência e valorização do espaço publicitário¹⁴. Isso acaba por criar mais uma fonte de distorção da comunicação, pela priorização do valor mercadológico da notícia.

Por consequência, os intervalos nos programas televisivos acabam sendo preenchidos por campanhas publicitárias do Estado e das corporações empresariais onde se inclui o próprio veículo. Em relação à publicidade das corporações, pode-se dizer que operam com a visão de maximizar lucros, estimulando o consumo como valor. Tal característica revela o consumismo que prolifera na sociedade industrial capitalista.

Preocupados com os efeitos da publicidade sobre o consumo, alguns países têm buscado regulamentar a exposição da população aos comerciais de televisão, principalmente no que se refere às crianças. Países como Dinamarca, Grécia e Bélgica, restringiram as propagandas de televisão para o público infantil; Suécia e Noruega baniram este tipo de publicidade (JACOBSSON, 2002 apud ASSADOURIAN, 2003). Nas palavras de Gerbner:

As repetitivas ‘lições’ que aprendemos da televisão, começando na infância, possivelmente se tornarão a base para a uma visão de mundo mais ampla, fazendo da televisão uma fonte significativa de valores, ideologias, e perspectivas bem como de específicas pressuposições, crenças e imagens (GERBNER et al. 2002, p. 52)¹⁵

Conforme explica Jhally (2005), a visão corrente na publicidade é baseada na noção de intenso crescimento econômico que, por consequência, requer recursos ambientais (minerais, vegetais, energéticos, etc). Dentro dessa perspectiva, não há condições de atender ao nível de consumo estabelecido no ideário publicitário, se considerarmos os recursos naturais disponíveis no planeta e o potencial da população consumidora. Frente ao limite planetário de recursos, o

¹⁴ O telejornalismo da Rede Globo é o segundo em audiência, só perdendo para as telenovelas. Porém, quando se trata de venda espaço publicitário, os telejornais são os líderes em vendas na televisão brasileira (BAZI, 2001, p. 22).

¹⁵No original: *The repetitive “lessons” we learn from television, beginning with infancy, are likely to become the basis for a broader worldview, making television a significant source of general values, ideologies, and perspectives as well as specific assumptions, beliefs, and images* (GERBNER et al, 2002, p. 52).

modelo de crescimento econômico vigente torna-se incoerente. Um dado alarmante em relação a isso é citado por Assadourian (2003), ao afirmar que cinco entre dez publicidades levantadas em 2001 eram provenientes de companhias automobilísticas, que contribuem para a degradação ambiental através da construção de estradas, produção de resíduos industriais (como pneus) e queima de combustíveis fósseis.

Os gastos com publicidade das grandes corporações indicam a intensidade do esforço de disseminação de suas mensagens ideológicas. Na tabela 1, podem-se acompanhar as diversas tendências de gastos com publicidade no mundo. O que fica evidente é a primazia do mercado americano.

Tabela 1 – Os 20 maiores mercados publicitários em 2003

País	Verba total publicidade (US\$ milhões)	Verba total publicidade em TV (US\$ milhões)	Percentual da verba publicitária gasta com a TV (%)	Publicidade per capita (US\$)
EUA	231,448	52,821	22,822	812,669
Japão	37,037	15,711	42,420	290,943
Alemanha	17,221	4,153	24,116	208,993
Reino Unido	15,418	4,737	30,724	259,126
França	9,123	2,833	31,053	154,105
China	7,489	3,349	44,719	5,828
Itália	7,071	3,783	53,500	121,914
Coréia do Sul	6,307	2,336	37,038	133,34
Canadá	5,392	1,775	32,919	173,376
Espanha	5,128	2,137	41,673	127,246
Brasil	5,048	2,47	48,930	28,536
Austrália	4,383	1,579	36,026	224,769
México	3,655	2,036	55,705	35,904
Holanda	3,156	...	...	197,25
Rússia	2,744	1,3	47,376	19,003

Fonte: Brittos (2005).

De acordo com o a pesquisa do Grupo de Mídia de São Paulo (tabela 1), o Brasil se encontra no décimo primeiro lugar em relação ao tamanho do mercado publicitário. Pode-se atrelar essa posição ao engajamento do país na economia de mercado capitalista, que utiliza deste mecanismo para acessar seus consumidores. Também fica evidente a preferência pela televisão como veículo de publicidade, pois quase 49% da verba publicitária brasileira são aplicados neste veículo.

Além das corporações, o Estado é o outro grande anunciante das mídias de massa. 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).

Assim, vê-se que os espaços comerciais da televisão brasileira são ocupados, de um lado, pelos esforços das corporações empresariais que, sistematicamente, disseminam os valores pró-mercado no qual o consumismo é estimulado e, de outro lado, pelas campanhas publicitárias governamentais, que fazem do Estado um importante cliente para os veículos de mídia.

Essa participação do Estado e das corporações privadas nos veículos de massa, através da publicidade, tende a influenciar toda a programação e o conteúdo disponível. É uma condição estrutural para a sobrevivência dos veículos que acabam elaborando a programação dentro das expectativas de seus anunciantes. As corporações e o Estado vão preferir aqueles veículos que cultivarem seus pontos de vista e valores. Assim

O poder dos anunciantes sobre a programação da televisão deriva do simples fato de que eles comprem e pagam pelos programas – são os ‘patronos’ que fornecem o subsídio à mídia. Como tal, a mídia compete por seu patronato, desenvolvendo equipes especializadas para seduzir anunciantes e tendo necessariamente que explicar como seus programas atendem às suas necessidades (HERMAN; CHOMSKY, 2003, p.75).

Esses interesses bilaterais de anunciantes e veículos estruturam uma comunicação que cultiva seus valores, independente do gênero televisivo. Em se tratando do telejornalismo, tanto a pauta como o tratamento dado às notícias encontram-se dentro dessa estrutura e a aparente

objetividade é a “cortina de fumaça” lançada sobre o olhar da audiência. Tal condição imprime uma representação realística do mundo objetivo, numa perspectiva conservadora da ordem social, como veremos mais adiante.

2.1.3 A realidade vista pela televisão

Este trabalho considera a mídia de massa como um instrumento agregador da sociedade devido à sua capacidade informativa e de representação da realidade. Essa condição é, na verdade, construída na consciência dos indivíduos de forma sutil e precocemente no início da sua socialização, conforme levantado anteriormente, quando foi mencionada a teoria do cultivo. A partir daí cabe destacar alguns pontos relativos aos efeitos dessa condição sobre a sociedade.

Apesar de não ser o mote central deste trabalho, a existência de efeitos da programação de televisão em sua audiência é uma questão importante na medida em que os publicitários, produtores, programadores e controladores dos veículos de comunicação têm, maior ou menor consciência da sua existência (HERMAN; CHOMSKY, 2003). Tal condição nos permite traçar algumas considerações que indicam essa relação do telespectador com a mídia audiovisual. Essas considerações também são úteis no entendimento da instrumentalização dos meios de comunicação com o objetivo de maximizar os efeitos desejados.

2.1.3.1 O poder de representar a realidade

Chama a atenção o “poder de realidade” que a televisão exerce sobre o público. Isso ocorre na medida em que a imagem e o áudio simultâneos tornam o aparelho de televisão um tipo de “janela” que proporciona uma aparente experiência de observação de realidades distantes.

Ter condições de propagar informação para um grande número de pessoas simultaneamente cria um sentido de realidade. Para Lima (2004, p.195-196), essa condição atribui à mídia um papel hegemônico e centralizador em nossa sociedade (denominada pelo autor como uma sociedade *media-centered*), onde a televisão domina como “*maquinário de representação*”. Este autor descreve quatro consequências, a partir desta hipótese, que definem a

construção da noção do real na sociedade. Destacam-se aqui as quatro consequências¹⁶ dessa hipótese, que convergem com a idéia de efeito de realidade que a televisão provoca na audiência.

Primeira consequência: a televisão quebra a necessidade da conexão entre presença física e experiência. Não é mais necessário ‘estar presente’ para experimentar, ‘presenciar’. Isso, naturalmente, dá à televisão um incomensurável poder de construir o real, na medida mesma em que, no mundo contemporâneo, não é possível estar fisicamente presente à maioria dos acontecimentos que dizem respeito a nossa vida e às decisões que tomamos em nosso cotidiano. Segunda consequência: a televisão nos tornou insensíveis ao texto escrito e/ou falado, isto é, está transformando o *Homo sapiens* em *Homo ocular*. Nós vemos televisão em vez de ouvi-la; respondemos a ela emocionalmente, e não racionalmente. A televisão nos faz desenvolver um senso de intimidade com pessoas e fatos distantes. É o que se denomina ‘intimidade distante’ e que nos leva a responder a eventos e pessoas em termos de sua aparência, de seus gestos e da emoção. Terceira consequência: a televisão tornou cada vez mais difícil a distinção entre o que percebemos como ficção e como realidade. O assassinato ‘real’ da atriz Daniela Perez é um caso paradigmático (cf. GUILHERMOPRIETO, 1993). Mesmo os telejornais são ficções construídas, com imagens que ‘acontecem’ somente na televisão. O replay de um gol numa partida de futebol mostra um lance que não foi visto por ninguém no estádio. Nem por jogadores nem por juízes. É um gol exclusivo da televisão. Quarta consequência: a televisão é o espaço, por excelência, de construção da cultura mítica no mundo contemporâneo. Baczko, como vimos, afirma que a mídia fabrica e emite os imaginários sociais. Da mesma forma que nas sociedades ditas primitivas o papel de manutenção e reprodução dos mitos era dos sacerdotes, feiticeiros, mágicos, hoje esse lugar privilegiado é ocupado pela televisão e, nela, sobretudo pela narrativa melodramática (LIMA, p. 195-196, 2004).

Dentro da perspectiva do autor citado, a construção de uma imagem da realidade pelos veículos é sinônimo de poder simbólico que atrai os interesses das elites políticas e econômicas, pela possibilidade de construção do ‘real’ a partir de conceitos e objetivos interessados.

Herman e Chomsky (2003) revelam que nos Estados Unidos a mídia está segmentada em duas partes. Uma parte superior que detém prestígio, recursos e alcance. Esse segmento acaba por definir, juntamente com o governo e agências de notícias, a agenda de notícias. A maior parte das notícias nacionais e internacionais chegam aos segmentos inferiores da mídia, agendada pelo segmento superior. Ainda segundo esses autores, o segmento superior se caracteriza pela crescente centralização da propriedade. Grandes corporações e algumas famílias são as controladoras dos veículos (HERMAN; CHOMSKY, 2003, p.65).

Esse modelo de concentração de capital e propriedade nos veículos de mídia tende a se reproduzir nos países capitalistas, criando um ambiente propício para a expansão das corporações

¹⁶ Estas consequências foram identificadas por Lima a partir de pesquisas, sendo as três primeiras, de Meyrowitz (1985, 1987) e a última de Silverstone (1988).

e seus valores pelo mundo. No Brasil não é diferente, onde o segmento superior dos veículos de mídia é controlado por algumas famílias, notadamente os Marinhos, controladores do Grupo Globo.

2.1.3.2 ‘Realidade’ para ser consumida

As mensagens que a mídia de massa transmite ilustram fatos, suas causas e seus efeitos, elaborando uma imagem da realidade. Para o público, esta imagem pode ser entendida como um “espelho da realidade” – onde se incluem o telejornalismo e seu suposto discurso objetivo, outros gêneros de comunicação como as novelas, e também a publicidade – ou, em outras palavras, é como se a tela da televisão trouxesse a realidade sob o ponto de vista de um espelho da vida real, em uma linguagem dramática, de fácil consumo.

Essa tendência é reforçada se for analisada sob a perspectiva da audiência mais propensa ao consumismo. Para esses indivíduos, segundo Lasch (1987), esse espelho da vida real é, na verdade, uma projeção da sociedade industrial de consumo, onde a aparência e suas impressões superficiais são o centro de referência que convida os indivíduos a desempenharem uma identidade moldada pelos olhos dos outros. Nas palavras deste autor

A produção de mercadorias e o consumismo alteram as percepções não apenas do eu como do mundo exterior ao eu; criam um mundo de espelhos, de imagens insubstanciais, de ilusões cada vez mais indistinguíveis da realidade. O efeito especular faz do sujeito um objeto; ao mesmo tempo, transforma o mundo dos objetos numa extensão ou projeção do eu. É enganoso caracterizar a cultura do consumo como uma cultura dominada por coisas. O consumidor vive rodeado não apenas por coisas como por fantasias. Vive num mundo que não dispõe de existência objetiva ou independente e que parece existir somente para gratificar ou contrariar seus desejos (LASCH, 1987, p.22).

Lasch dá um sentido para a sociedade de consumo que sugere uma valorização do material e da aparência, que se traduz em imagens de uma realidade na qual o consumo de coisas se torna o centro de todas as expectativas humanas. Essa idéia é cultivada pela mídia de massa através da propaganda contínua, do espaço publicitário, nos diversos gêneros de comunicação, nos quais a ideologia consumista está presente em mensagens aparentemente inofensivas, mas que afirmam o consumo como uma condição de integração e de posição na escala social.

2.1.3.3 O telespectador tomado pela imagem

A sedução das imagens e da idéia pronta que a TV elabora cria uma relação passiva e contemplativa. Nessa condição, sugere-se que a relação do telespectador com a televisão pode ser pensada através da metáfora de Narciso e seu reflexo na lâmina d'água. Na visão mitopoética de Gaston Bachelard

(...) o espelho da fonte é, pois, motivo para uma imaginação aberta. O reflexo um tanto vago, um tanto pálido, sugere uma idealização. Diante da água que reflete a imagem, Narciso sente que sua beleza continua, que ela não está concluída, que é preciso concluí-la (BACHELARD, 1989, p. 24).

Nessa metáfora, a informação projetada pela televisão torna-se o reflexo pálido e distorcido da realidade, um simulacro virtual. Assim como para Bachelard, a contemplação que Narciso faz de sua imagem é idealizadora, na qual as partes que não são vistas, ou pouco detalhadas em seu reflexo, são completadas na imaginação, que vê aquilo que lhe é o ideal de beleza. Da mesma forma, sugere-se que o telespectador propenso ao narcisismo idealize uma realidade a partir da imagem televisiva, através da sua visão de mundo e história de vida. O telespectador vê na televisão seu reflexo ideológico, assim como Narciso admira seu reflexo, não como a imagem real objetiva, mas como a sua imagem idealizada e projetada por sua imaginação subjetiva.

Assim, na interpretação de Bachelard, a imagem idealizada do real que Narciso cria é possível devido à imagem incompleta que o reflexo no espelho d'água proporciona ao observador, que, por sua vez, a completa em sua imaginação idealizadora, em uma perspectiva narcisista como veremos mais adiante. Ou seja, se transmutado o espelho de Narciso para a imagem televisiva pode-se relacionar a ideologia do campo televisivo a um processo de construção e reprodução de realidade virtualizada, compartilhada – pois ocorre no campo imaginário coletivo – e contextualizada em um ideal social imaginado e concebido dentro dos critérios e objetivos dos que produzem a imagem, ou seja, a elite, que controla a mídia de massa.

O telespectador narcisista nada mais é do que o indivíduo da sociedade de massa. Ele busca o ideal em modelos e padrões expostos e valorizados através da mídia de massa, em detrimento daqueles oriundos da cultura étnica, da família e do mundo real, conforme define Lasch. Para este autor, o Narcisismo pode ser definido como “a disposição de ver o mundo como

um espelho; mais particularmente, como uma projeção dos próprios medos e desejos” (LASCH, 1987, p. 24). Segundo ainda este autor,

(...) a sociedade organizada em torno do consumo de massa estimula o narcisismo não porque torna as pessoas gananciosas e agressivas mas porque as torna frágeis e dependentes. Corrói a sua confiança na capacidade de entender e formar o mundo e de prover as suas próprias necessidades (LASCH, 1987, p.24).

Essa condição a que se submetem os indivíduos da sociedade de massa acaba por ser decisiva para o consumismo e o conformismo, de forma que

O consumidor sente que vive num mundo que desafia o entendimento e o controle prático, um mundo de imensas burocracias de ‘sobrecarga de informações’ e de complexos e interligados sistemas tecnológicos, vulneráveis a súbitos colapsos, como a gigantesca queda de energia que escureceu a região Nordeste, em 1965, ou o vazamento de radiação de Three Mile Island, em 1979 (LASCH, 1987, p.25).

Segundo ainda esse autor, essa condição determina

(...) a completa dependência do consumidor diante desses sistemas intrincados e extremamente sofisticados de amparo à vida e, de modo mais geral, diante dos bens e serviços fornecidos externamente, recria alguns dos sentimentos infantis de desproteção (LASCH, 1987, p.25).

Essa dependência faz ainda com que o consumidor perceba o mundo circundante

(...) como uma espécie de extensão do seio, alternadamente gratificadora ou frustrante; reluta em conceber o mundo a não ser em conexão com suas fantasias. Em parte porque a propaganda que cerca as mercadorias apresenta-as tão sedutoramente como a satisfação dos desejos, em parte, também, em parte, também, porque a produção de mercadorias, por sua própria natureza, substitui o mundo dos objetos duráveis com produtos destinados à imediata obsolescência, o consumidor enfrenta o mundo como um reflexo dos seus anseios e temores. Além disso, ele conhece o mundo sobretudo através de imagens e símbolos insubstanciais, que parecem refletir-se não tanto à realidade palpável, sólida e durável, como à sua vida psíquica interior, ela própria experimentada não como um sentido válido do eu, mas como reflexos vislumbrados no espelho do meio circundante (LASCH, 1987, p.25).

A predisposição do indivíduo a se tornar dependente do sistema complexo no qual a sociedade moderna se tornou é afirmada por Lasch. Essa complexidade é explorada e reinterpretada na representação da propaganda maciça – na medida em que é consumida como ‘realidade’ comum – e torna-se, então, uma condição pela qual o controle social é sutil e as relações de consumo estabelecem associações que relacionam o consumo de bens ao *status* social.

2.1.3.4 Telejornal: trazendo a ‘realidade’ sensacional

Como visto anteriormente, o telejornal cria ‘realidades’ que são representadas através desses espelhos aos quais se refere Lasch. A arbitrariedade do jornalista se revela através da escolha e interpretação particular dos fatos, a partir de “propensões inerentes à sua profissão, à sua visão do mundo, à sua formação, às suas disposições, mas também pela lógica da sua profissão” (BOURDIEU, 1997, p.25). Para Bourdieu “os jornalistas têm ‘óculos’ especiais a partir dos quais vêem certas coisas e não outras; e vêem de certa maneira as coisas que vêem. Eles operam uma seleção e uma construção do que é selecionado” (BOURDIEU, 1997, p.25), ou ainda

(...) os jornalistas, grosso modo, interessam-se pelo que é excepcional para eles. O que pode ser banal para outros poderá ser extraordinário para eles ou ao contrário. Eles se interessam pelo extraordinário pelo que não é cotidiano (BOURDIEU, 1997, p.26).

O perfil dos profissionais do jornalismo encontrados em cada veículo é consequência dos critérios dos controladores do meio de comunicação. A própria seleção dos profissionais se dá por meio desses critérios. Seguindo este raciocínio, as redações possuem uma condição estrutural de coleta e tratamento dos fatos conformada com interesses pré-estabelecidos, como salientam Herman e Chomsky.

A maioria das escolhas tendenciosas da mídia decorre da pré-seleção de pessoas de mentalidades coadunadas, pré-concepções internalizadas e da adaptação de pessoal às restrições impostas pelo poder da propriedade, da organização, de mercado e político. A censura é em grande parte autocensura, exercida por repórteres e comentaristas que se ajustam às realidades das exigências organizacionais das fontes e das mídias escolhidas para implementar, e que geralmente já internalizaram, as restrições impostas pelos centros de poder de proprietários e outros de mercado e governamentais (HERMAN; CHOMSKY, 2003, p. 54).

Bourdieu ainda reflete a perspectiva da escolha dos fatos no que ele chama de fatos-ônibus.

(...) Os fatos-ônibus são fatos que, como se diz, não devem chocar ninguém, que não envolvem disputa, que não dividem, que formam consenso, que interessam a todo mundo, mas de um modo tal que não tocam em nada de importante (BOURDIEU, 1997, p. 23).

É dessa forma que as escolhas se processam, baseadas naquilo que foge do cotidiano e remetem ao espetacular e inusitado, além de serem vistas de modo consensual enquanto ‘realidade’. A banalização do incomum cria uma situação onde as questões sociais como a violência, a educação, a saúde, o meio ambiente, são expostos como fatos incomuns e a crítica estrutural é invisível.

Na televisão, isso ocorre alicerçado na credibilidade que este veículo possui junto à sociedade. Dessa forma, a imagem consumida através da tela se torna a percepção dos fatos para os indivíduos da massa que a aceitam como realidade. Essa imagem pouco fala da realidade, mas elabora um cenário virtual do arbitrário e interessado do meio social.

De acordo com Marcondes Filho (1989), existem duas formas do jornalismo proceder. Através da ruptura do código convencional do receptor, questionando, introduzindo a dúvida, a reflexão, a inovação, ou atuando de acordo como as regras estabelecidas, cumprindo as expectativas conhecidas, com padrões amplamente esperados.

O *marketing* jornalístico acaba por conduzir o veículo pelo segundo caminho, que atende ao “gosto do público”, descoberto por pesquisa de opinião. O *marketing* busca maximizar os resultados financeiros da empresa de comunicação ao conduzir suas ações. Mas não é só isso, ele elabora a idéia de “gosto do público” e encobre o papel de formadora de opinião que a imprensa carrega.

A orientação para o ‘gosto do público’ supõe uma submissão às suas posições ideológicas e políticas, assimiladas acriticamente, trabalhando-se sobre elas. Dispensa-se, portanto, pelo menos nesse plano, qualquer intervenção da imprensa para a transformação e o questionamento da opinião pública, tida como, em si, correta. (Ora, esse raciocínio é falacioso: há de fato uma intervenção na opinião e no posicionamento do público, porque a imprensa é veículo formador de opinião e de comportamentos: a longo prazo, os jornais – todos –, por defenderem interesses particulares e setorizados, influem em realidade na orientação política da sociedade; não são, de forma alguma, neutros. São veículos de manifestação de facções políticas, grupos econômicos e poderes militares, religiosos e sociais. Intervêm, portanto, de fato. A neutralidade mercadológica, aí, de atender o ‘gosto do público’, cai por terra.) (MARCONDES FILHO, 1989, p.35)

A estratégia de *marketing* na orientação editorial determina o caráter conservador da imprensa “liberal” nos países industrializados, conforme salienta Marcondes Filho. Por um lado, essa estratégia cumpre a tarefa de garantir a manutenção da empresa de comunicação no

mercado, por outro, suprime o papel de agente político do veículo, que passa a buscar os assuntos da moda para lucrar.

2.1.3.5 Telejornal comunitário como essência

A propriedade do veículo é um dos filtros da comunicação apontada por Herman e Chomsky. Da mesma forma, Marcondes Filho (1986) ressalta essa visão interessada do jornalismo nos veículos privados. Ele questiona a possibilidade desses veículos se estabelecerem como portadores de jornalismo comunitário, uma vez que esse gênero exige o controle da comunidade sobre o veículo, o que não ocorre nas empresas de comunicação privadas.

Dentro da perspectiva exposta por Marcondes Filho, a comunidade é uma forma de reação à desarticulação das relações interpessoais presente na sociedade de massa. Nesse tipo de sociedade, a desagregação e a despersonalização tornam as relações sociais impessoais e superficiais. Desta maneira, os indivíduos passam a se relacionar com mercadorias, objetos inanimados reificados, substitutos das pessoas. Como reação a essa condição, surge a perspectiva de comunidade que aparece como uma forma de organização que reúne as pessoas e resgata a sociabilidade perdida. Esse é o sentido produtivo que se deve atribuir hoje ao fenômeno comunidade (MARCONDES FILHO, 1986, p.158). Nessa condição, a comunidade volta-se para a realização da individualidade e dos objetivos comuns do grupo. Assim, o jornalismo comunitário “é o meio de comunicação que interliga, atualiza e organiza a comunidade e realiza os fins a que ela se propõe” (MARCONDES FILHO, 1986, p.160). Nessa perspectiva, o jornalismo comunitário

(...) é elaborado por membros de uma comunidade que procuram através dele obter mais força política, melhor poder de barganha, mais impacto social, não para alguns interesses particularizados (anunciantes, figuras proeminentes), mas para toda a comunidade que esteja operando o veículo (MARCONDES FILHO, 1986, p.161).

A partir dessa constatação, um veículo de comunicação controlado por um grupo privado com finalidades empresariais inviabiliza a realização do jornalismo comunitário. Influenciados pelo valor de troca dos espaços publicitários e pelo interesse de consumo em massa de seu

conteúdo, estes veículos formulam propostas de comunicação que se afastam dos interesses da comunidade.

Dessa forma, apesar de afirmar o contrário, a EPTV não realiza esse tipo de jornalismo. Na verdade ela desenvolve localmente o telejornalismo convencional, seguindo as regras formais do jornalismo nacional, fazendo a cobertura dos fatos da região e vendendo localmente os espaços publicitários de seus programas e dos programas da Rede Globo.

2.1.4 Mídia de massa, Relações Públicas e ambiente

A preocupação ambientalista acaba por se transformar em força contrária aos interesses do poder hegemônico promotor do consumo. Nessa lógica, pode-se assumir que a mídia, operando em seu caráter conservador, busca manter o *modus operandi* que determina a degradação ambiental em detrimento de mudanças de comportamentos que signifiquem ameaças de perdas financeiras.

As corporações midiáticas são, em geral, conservadoras e interessadas na expansão de seus negócios. Elas adotam um modelo de propaganda que promove suas argumentações em torno do modo de gestão predatório dos recursos naturais, e afasta as preocupações públicas em relação às questões ambientais e de saúde pública. A mídia tem aceito as alegações da indústria frente à responsabilidade pelos danos ambientais decorrente do uso dos seus produtos¹⁷.

Em concordância com 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 entre os indivíduos na resolução das questões ambientais, relegando esta 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)

¹⁷ Durante a segunda metade do século XX, o chumbo tetraetila na gasolina, o PCBs em baterias, 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 os organismos geneticamente modificados.

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).

Assim, os meios de comunicação de massa tendem a criar um consenso favorável aos objetivos de grupos poderosos. É através da aceitação popular de tais objetivos que se tenta garantir condições legais que beneficiem o poder econômico, até mesmo em questões de implicações planetárias como o aquecimento global e o desflorestamento, entre outros.

Dessa forma, a mídia torna-se uma importante ferramenta no processo de Relações Públicas (RP) dos grupos que detêm o poder econômico e/ou político, no sentido de criar uma boa imagem junto ao público, estabelecendo um ambiente favorável à introdução, expansão e manutenção de um negócio. As ações de RP vão de campanhas publicitárias, fomento e financiamento de ONGs e Institutos de Pesquisas que atendam às necessidades ideológicas e científicas das grandes corporações, até representações judiciais contra seu inimigos ideológicos e interesses antagônicos (BEDER, 2002). Segundo Beder, tais práticas têm sido usadas sistematicamente pelas corporações no último século, tornando o setor de R.P. o que, comparativamente, gerou mais empregos devido ao seu grande crescimento nestes últimos anos nos Estados Unidos (BEDER, 2002, p.107-108)

As organizações de R.P. utilizam estratégias para influenciar a mídia em seu discurso acerca das questões que envolvem seus clientes. Uma das mais antigas e mais utilizadas destas ações são os *'press releases'* ou *'news release'*.

Estes incluem notícias, histórias, boletins e outros anúncios que inundam as redações dos veículos. Seu propósito é desenvolver e manter uma boa vontade pública e, também, políticas governamentais favoráveis para as organizações que os publicam¹⁸ (BEDER, 2002, p.112).

Esses textos e/ou fitas de vídeo abastecem redações que possuem uma grande demanda de notícias. De acordo com vários estudos, *'press releases'* são a base para 40 a 50% das notícias dos jornais americanos (BEDER, 2002, p.113)¹⁹. Beder destaca como os profissionais de R.P.

¹⁸ No texto original: "These include news, feature stories, bulletins and other announcements which flood media offices. Their purpose is to develop and maintain public goodwill, as well as favorable government policies, for the organization that issues them."

¹⁹ Ibid., p. 113

muitas vezes se originaram das redações de jornais e são conhecedores dos critérios de seleção de notícias, passando a desenvolver assuntos e eventos interessantes para a imprensa (BEDER, 2002, p.113). Isto possibilita um maior sucesso na transmissão das informações que interessam aqueles que promovem as R.P.

A partir dos movimentos iniciados no final dos anos 60, grupos ambientalistas se multiplicaram, promovendo a regulamentação legal das questões ambientais em muitos países²⁰. Esses avanços desencadearam ações de R.P. como forma de reação das corporações frente às ameaças representadas pelo crescimento dos movimentos ambientalistas e manutenção de restrições legais que estes movimentos promoveram a partir das suas articulações. A reação dos grupos empresariais tomou uma dimensão mundial em um confronto de idéias com o movimento ambientalista.(BEDER, 2002, p.15).

Beder demonstra em seu livro que, por meio de várias ações, essas corporações disseminaram seu ponto de vista de forma unilateral, através da “guerra de idéias”, em que estratégias de persuasão foram sistematizadas. Dentre estas estratégias, podem ser relacionadas a formação dos ‘*think tanks*’²¹, o financiamento de pesquisadores dentro da universidade, a produção e exposição midiática constante de peritos/especialistas pró-mercado, o financiamento de filmes pró-negócios, organização de conferências e o treinamento de pessoas dentro da universidade.

Em um segundo momento, no final dos anos 80, Beder relata que quando as confirmações científicas dos problemas ambientais fortaleceram o discurso ambientalista, aumentando as críticas aos interesses das corporações, estes grupos econômicos intensificaram suas ações dentro do campo de relações públicas. A desqualificação dos grupos ambientalistas e a promoção de uma visão ambiental pró-negócios através da “educação” foram adotadas de forma consciente.

A partir de então, as organizações empresariais criaram discursos com a intenção de influenciar a sociedade quanto aos benefícios que os empreendimentos privados proporcionam.

²⁰ Em 1970 surge a primeira agência governamental de proteção ambiental nos Estados Unidos, denominada de ‘Environmental Protection Agency’ (EPA). No Brasil surge em 1973 a Secretaria Especial do Meio Ambiente (SEMA) (BURSZTYN; BURSZTYN in NASCIMENTO; VIANNA, 2006, p. 58).

²¹ Trata-se de organizações que atuam em um nível ideológico junto à sociedade de forma conformada aos objetivos empresariais. Empresas de assessoria, organizações não-governamentais e centros de pesquisa são organizados com o objetivo de encarnar ‘*think tanks*’.

Assim, são considerados sempre os impactos positivos em detrimento dos negativos em análises fragmentadas e pontuais. Dentro da perspectiva da retórica, DeLuca (1999) concorda que a comunicação das organizações é equivalente à comunicação dos movimentos sociais, no sentido de que ambos tendem a modificar ou implementar leis e regulamentações (DeLUCA 1999, p. 29). As ações de R.P. são freqüentemente encontradas na forma de campanhas publicitárias e esforços de assessorias de imprensa.

Esse tipo de abordagem reflete uma relação na qual a mídia se beneficia com a diminuição de seus custos e as corporações têm acesso ao público em espaço privilegiado, já que as informações de relações públicas são utilizadas em larga escala na elaboração de matérias jornalísticas em programas de cunho informativo. Nessa perspectiva, tudo faz crer que a informação ambiental que é veiculada pelos meios de comunicação tende a colaborar com os projetos do capital em detrimento do social.

2.1.4.1 O jornalismo e a pauta ambiental

Conforme comentado anteriormente, a pauta ambiental tende a ser preterida nas redações. Trabalhos como o realizado por Ramos (1995) têm demonstrado que

(...) a veiculação de matérias sobre as questões ambientais pelos grandes meios de comunicação de massa se processa de modo fragmentado e dependente de eventos especiais, para se consolidar como notícia (RAMOS, 1995, p. 148).

Com a Rio-92, Ramos exemplifica como o jornalismo é dependente de eventos para criar suas notícias, além de pouco se interessar pela temática ambiental. A fragmentação a que ele se refere mostra como a contextualização das notícias é pobre e não contribui para o entendimento das implicações do fato noticiado.

Trigueiro (2003) mostra que a ausência de notícias de caráter ambiental pode ser explicada pela dificuldade de o campo jornalístico tratar a temática pois,

Algumas questões, como a escassez crescente de água, a progressão geométrica do volume de lixo e o ritmo acelerado de desertificação do solo, tornam-se menos interessantes se comparados com outros assuntos que têm apelo do factual, que se

resolvem numa escala de tempo bem definida e respondem aos interesses imediatistas de quem consome notícias (TRIGUEIRO 2003, p. 74).

É interessante o comentário de Trigueiro na medida em que define a dificuldade de se cobrir a temática a partir de uma preocupação que Marcondes Filho chama de ‘valor de uso’, e Wolf de valor/notícia que é estabelecido junto ao público. Na medida em que se estabelece sua condição sensacional, agregando imagens ou relatos ilustrativos de sua condição grotesca e destruidora, os desastres ambientais passam a ter apelo noticioso e valor de uso em uma editoria sensacionalista. Muitos problemas ambientais ocorrem com pequena cobertura da mídia. Além de não estarem na agenda editorial, muitas vezes também estes problemas dizem respeito a uma condição estruturada de degradação do ambiente na qual não há interesse de difusão, pois esta pode representar rupturas na opinião pública em relação aos valores pró-mercado. É o exemplo das discussões sobre os impactos sociais e ambientais das barragens de hidroelétricas, a degradação da qualidade da água superficial e subterrânea pela lixiviação de poluentes ou mesmo pela sua superexploração.

Ramos também constata em sua pesquisa que

(...) quase metade de todas as matérias selecionadas nos jornais impressos, ao logo da pesquisa, é composta por matérias nas quais a problemática ambiental é citada de forma superficial, não trazendo nenhuma informação relevante do ponto de vista ambiental, mas apenas referências vagas à necessidade e importância do tema Meio Ambiente na atualidade (RAMOS 1995, p. 148-149).

Outro fato constatado por esse pesquisador é o interesse econômico prioritário na mensagem ambiental que chega aos jornais, “indicando que há maior preocupação com o curto prazo em detrimento da discussão de um modelo de desenvolvimento menos nocivo ao ambiente e mais voltado para a redução das desigualdades sociais” (RAMOS, 1995, p. 149).

O tratamento sem profundidade e com pouca contextualização, além da cobertura inferior à importância social do tema, como foi o caso da Rio-92, estudado por Ramos, demonstram uma situação que

(...) nos remete à conclusão de que a discussão dessas questões não é prioridade para os setores que se fazem representar pelos meios e comunicação e não refletem os seus interesses imediatos, pois sugerem uma revisão crítica da sociedade nos moldes atuais e alterações profundas nas relações de poder, trabalho, distribuição de renda, bem como na escolha de novos caminhos para um desenvolvimento mais

equilibrado, atividades estas diretamente ligadas à busca de soluções para a problemática ambiental (RAMOS 1995, p. 150).

No trabalho de Ramos, chama a atenção a presença da descrição da abordagem dos telejornais tratando dos problemas ambientais prioritariamente a partir da ótica global, em detrimento da regional. Em última análise, isto dilui as responsabilidades dos setores dirigentes do país pelos problemas locais. Além disso, o centro de atenção dos problemas ambientais foi desviado pelos telejornais para personalidades envolvidas nas discussões desses problemas “misturando o objeto de preocupação ambiental com o sujeito supostamente envolvido com a questão” (RAMOS, 1995, p.151).

De qualquer forma, a integração dos problemas ambientais dentro de uma visão sistêmica ainda é um desafio, tanto do ponto de vista das forças econômicas e políticas que influenciam no conteúdo das notícias como também na formação dos jornalistas. Em outras palavras, as questões estruturais que envolvem o campo da comunicação de massa acabam por influenciar de forma decisiva no conteúdo da notícia nos telejornais.

2.1.5 As representações simbólicas da água

Nesse tópico trazemos à tona uma perspectiva psicológica para a interpretação das mensagens relativas à água. Assim, vamos revisar o símbolo da água para entendermos a importância e os sentidos de sua representação. Tratar das representações simbólicas da água é uma temática extensa, e por não se tratar do objetivo central do presente estudo, apenas alguns pontos relevantes serão considerados a seguir.

Os símbolos são importantes na medida em que evocam significados presentes em nosso inconsciente. Os símbolos agregam-se também ao discurso audiovisual, participando da construção do significado. Isso acaba acontecendo, pois

uma palavra ou uma imagem é simbólica quando implica alguma coisa além do seu significado manifesto e imediato. Esta palavra ou esta imagem têm um aspecto ‘inconsciente’ mais amplo, que nunca é precisamente definido ou de todo explicado. E nem podemos ter esperanças de defini-la ou explicá-la. Quando a mente explora um símbolo, é conduzida a idéias que estão fora do alcance da nossa razão (JUNG, 1964, p.20-21).

Mesmo que o símbolo não seja definido em palavras, existem idéias associadas a este que podem ser relacionadas. Assumindo essa possibilidade podemos listar algumas das idéias relacionadas à água em sua dimensão simbólica, lembrando que isso será feito de forma limitada por conta de sua complexidade.

Baseado em Chevalier e Gheerbrant (1991), Bruni (1993) menciona três aspectos da dimensão simbólica da água relacionando-a como fonte de vida, como meio de purificação e centro de regeneração. Na descrição de Bruni, os aspectos mencionados justificam-se pelas respectivas características de dependência da sua presença para a possibilidade da vida; da dissolução, pois é o solvente universal, e pela característica de os rios e mares se regenerarem quando contaminados.

Baseado em Jung, Diegues (1998) também atribui à água um simbolismo do maternal, de fecundação, de criação e do inconsciente. Nessa condição, a água se associa ao corpo materno gerador da terra. A água doce, lacustre, estagnada é feminina, enquanto o oceano fecundante é masculino.

A água é representada simbolicamente da mesma forma em diversas culturas. Essa recorrência de representações é o que Jung denomina de imagem arquetípica, ou simplesmente arquétipo. Jung se refere a arquétipo como uma tendência de certa forma instintiva. Nas palavras de Jung:

Chamamos instinto aos impulsos fisiológicos percebidos pelos sentidos. Mas, ao mesmo tempo, estes instintos podem também manifestar-se como fantasias e revelar, muitas vezes, a sua presença apenas através de imagens simbólicas. São a estas manifestações que chamo de arquétipos. A sua origem não é conhecida; e eles se repetem em qualquer época e em qualquer lugar do mundo (JUNG, 1964, p.69).

Com a condição de arquétipo, os símbolos da água acabam se cristalizando de forma semelhante nas culturas humanas, conforme descrito acima. Todavia, o símbolo se relaciona ao universo objetivo da cultura e, por consequência, os significados se multiplicam na forma de signos, entendidos aqui como uma forma de economia mental que dá um sentido, um significado arbitrário a um símbolo, conforme explica Durand (1988). Pode-se exemplificar este raciocínio através da amplitude da simbologia da água, que contém signos distintos para diferentes

situações, como a água na seca, a água na inundação, a água limpa, a água suja, dentre uma infinidade de sentidos, ou signos, que podem ser descritos.

Essa diversidade de sentidos é alimentada por uma imaginação simbólica produtora de mitos. Essa produção é um processo cultural que não se esgota. Afinal, a imagem que temos do mundo natural é na verdade uma construção de quem vê, conforme explica Schama (1991)

(...) se a visão que uma criança tem da natureza já pode comportar lembranças, mitos e significados complexos, muito mais elaborada é a moldura através da qual nossos olhos adultos contemplam a paisagem. Pois, enquanto estejamos habituados a situar a natureza e a percepção humana em dois campos distintos, na verdade elas são inseparáveis. Antes de poder ser um repouso para os sentidos, a paisagem é obra da mente. Compõe-se tanto de camadas de lembranças quanto de estratos de rocha (SCHAMA, 1991, p.17).

Segundo Schama, essa condição de construção mental da natureza em seu sentido simbólico não é um processo exclusivo da sociedade industrial, acompanha a civilização humana desde o início da sua organização social. É nesse contexto que os mitos são formas de consciência social em torno da representação da natureza, sendo elementos fundadores da própria sociedade. Os mitos descrevem:

(...) a origem do mundo, a origem do homem, o seu estatuto e a sua sorte na natureza, as suas relações com os deuses e os espíritos. Mas os mitos não falam só da cosmogênese, não falam só da passagem da natureza à cultura, mas também de tudo o que concerne a identidade, o passado, o futuro, o possível, o impossível, e de tudo o que suscita a interrogação, a curiosidade, a necessidade, a aspiração. Transforma história de uma comunidade, cidade, povo, tornam-na lendária, e mais geralmente, tendem a desdobrar tudo que acontece no nosso mundo real e no nosso mundo imaginário para os ligar e os projetar juntos no mundo mitológico (MORIN, 1986, p.150 apud DIEGUES, 1998, p. 34-35).

Conforme descrito, o mito tem uma função de agregação da sociedade, na qual existe o compartilhamento de crenças em torno do mundo natural. Nesse aspecto,

(...) o desenvolvimento da ciência tem papel na demitização, substituindo a imagem pelo conceito, mesmo se há um distanciamento entre a opinião comum e a construção científica. O afastamento do símbolo dá lugar aos signos que hoje invadem, como uma avalanche, os meios de comunicação visual (DIEGUES, 1998, p. 35).

De fato, a difusão da perspectiva científica desconstrói mitos, porém elabora uma nova mitologia, baseada na consciência do mundo sob outra explicação dos fenômenos. Mesmo assim,

ainda é verdade que os mitos antigos não desaparecem (DIEGUES, 1998), eles permanecem no mundo moderno, alimentando os sonhos e fantasias.

A persistência dos mitos na sociedade torna-os importantes elementos para discussão da comunicação e das mensagens. Há vários sentidos nos quais a natureza se apresenta, através dos usos dos mitos. A água em seus diferentes usos e signos, que a sociedade possui ou cria é também fruto dessa dimensão. Sua representação ou mesmo a utilização dentro de uma concepção de arquétipo junguiana permeia a comunicação, que associa ou agrega símbolos na forma de mensagens ocultas. Nessa lógica, a linguagem midiática ainda é passível da transmissão de mensagens baseadas em mitos tanto primordiais como novos, nascidos da interpretação do mundo atual.

2.1.6 A água e seus conflitos

Para podermos entender qual a relação da água com o objeto de estudo (EPTV Campinas) é pertinente traçar um panorama que ilustre sua importância enquanto recurso amplamente utilizado pela sociedade. Também não será esquecido seu papel na sustentação dos ecossistemas.

Assim, iremos percorrer principalmente sobre as tensões crescentes em torno da água na dimensão da disponibilidade regional e seus usos sociais. Nessa descrição, a insustentabilidade²² do atual modelo de exploração da água como recurso natural será evidenciado através dos dados levantados. Tal situação nos permite traçar as considerações relativas às mensagens da cobertura da mídia em relação ao assunto.

²² 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).

2.1.6.1 Disponibilidade de água

A água é um dos elementos mais abundantes na face da terra. De sua totalidade disponível, a maior parte, representando 97,5%, é a água salgada dos oceanos enquanto os 2,5% restantes são distribuídos na forma de geleiras, depósitos subterrâneos e águas superficiais (SHIKLOMANOV, 1998, apud, TUNDISI, 2003, p. 7).

A água superficial presente nos rios, lagos e reservatórios representa uma pequena parte da água doce total encontrada na Terra, pois a maioria se encontra em geleiras e em depósitos subterrâneos (figura 3). Essa água superficial, além de sustentar ecossistemas naturais, também é amplamente utilizada pela sociedade para suprir suas demandas.

É interessante ressaltar que sua disponibilidade é um dos fatores determinantes no crescimento econômico, já que, tanto nas necessidades básicas dos humanos como também nos processos produtivos, a água é amplamente empregada de formas diversas. Assim, por se encontrar distribuída de forma heterogênea pelo território, determina limitações para o desenvolvimento das atividades humanas em diversas regiões onde é escassa.

Figura 3 – Distribuição da água doce da Terra em um dado instante (SHIKLOMANOV, 1998, apud, TUNDISI, 2003, p. 7)

Visto de uma forma simplificada (figura 4), o ciclo hidrológico é o fenômeno da movimentação da água pela Terra. Mudanças entre o estado sólido, líquido e gasoso, motivada pela presença da energia que o sol fornece, criam o dinâmico movimento da água do qual dependem as reservas de água doce. Em última análise, esse ciclo representa a movimentação da água no ambiente e mostra como a purificação da água ocorre, sendo esta fundamental na sua disponibilidade, na medida em que restabelece as condições de pureza e sua distribuição pela Terra.

A intensidade com que a água se move nesse ciclo é dependente do clima, que pode determinar períodos de maior ou menor disponibilidade de água em um determinado ambiente. Essa característica sugere a idéia de que a água é um recurso renovável e abundante, sujeito somente aos caprichos do clima, que começa a ser questionada quando aumenta a pressão do consumo humano, e alteram as condições ambientais. Na maior parte das vezes essas alterações resultam de ações diretas das sociedades humanas. Isso ocorre de forma marcante quando

(...) a partir da segunda metade do século XX com o crescimento demográfico, a urbanização, a industrialização, o uso intensivo da água nos processos produtivos e a poluição gerada pelo conjunto de atividades humanas provocaram, mesmo em regiões úmidas, uma drástica reavaliação dos conceitos de recurso renovável e abundante (CORDEIRO NETTO, 2006, p.164).

Figura 4 – Representação esquemática do Ciclo Hidrológico

Modificações nas condições ambientais como a impermeabilização do solo, a poluição, a erosão e a supressão da vegetação, contribuem para diminuir a retenção da água, podendo criar condições de escassez e desastres ambientais como inundações, enxurradas, secas, contaminação ambiental, diminuição da biodiversidade, entre outros efeitos sem precedentes, que podem comprometer tanto biomas como a saúde humana. De qualquer forma, uma análise ambiental particularizada necessita da definição de unidades ecológicas a fim de se estabelecer inferências significativas. Do ponto de vista das relações entre disponibilidade de água e outros aspectos ambientais e sociais, a bacia hidrográfica é o conceito que preenche as condições necessárias para tais estudos e análises. Além disso, como os rios não respeitam as divisões geopolíticas, o conceito de bacia hidrográfica é o parâmetro de unidade para a análise ambiental de uma determinada região. Afinal

(...) a bacia hidrográfica constitui uma unidade hidrológica natural, ela representa a unidade mais lógica para o planejamento dos recursos hídricos, já que permite que o foco das atenções se concentre nesses recursos, e se tenha uma visão de conjunto dos problemas que os afetam (Kurtz et al., 2003, apud MARTINS, et al., 2005, p. 316-317).

Dessa forma, a disponibilidade de água é relativa à bacia hidrográfica à qual uma determinada região pertence. Esse fato estabelece uma interdependência que, muitas vezes, extrapola limites municipais, estaduais e nacionais, criando a necessidade de um entendimento e planejamento conjunto de dimensões sociais, ambientais e econômicas. Um exemplo disso ocorre entre o Brasil e o Paraguai na gestão da produção de energia hidroelétrica, na bacia do Prata, com a instalação da Usina de Itaipu. Somente por meio de um acordo entre os dois países é que se viabilizou esse projeto de geração de energia hidroelétrica.

2.1.6.2 O uso da água no Brasil e na região de Campinas

A preocupação com o uso da água e sua gestão nas diversas regiões do Brasil vem ganhando atenção dos legisladores. Nos último quinze anos, tanto na esfera nacional como estadual, eles têm produzido leis e regulamentos para disciplinar esta questão. A percepção da água como recurso amplamente utilizado e em vias de se tornar escassa, vem ampliando o valor econômico e as prioridades de abastecimento. A Lei Nº 9.433, de 08 de janeiro de 1997 define alguns princípios da Política Nacional de Recursos Hídricos:

Art. 1º A Política Nacional de Recursos Hídricos baseia-se nos seguintes fundamentos:

- I - a água é um bem de domínio público;
- II - a água é um recurso natural limitado, dotado de valor econômico;
- III - em situações de escassez, o uso prioritário dos recursos hídricos é o consumo humano e a dessedentação de animais;
- IX - a gestão dos recursos hídricos deve sempre proporcionar o uso múltiplo das águas;
- IV - a bacia hidrográfica e a unidade territorial para implementação da Política Nacional de Recursos Hídricos e atuação do Sistema Nacional de Gerenciamento de Recursos Hídricos;
- VI - a gestão dos recursos hídricos deve ser descentralizada e contar com a participação do Poder Público, dos usuários e das comunidades (BRASIL, 1997).

Regras claras quanto ao uso da água, assim como a preservação de sua qualidade e disponibilidade mostram-se importantes na manutenção da sociedade em vista do crescimento populacional e econômico, baseado no amplo uso desse recurso.

De qualquer forma, a preocupação com a regulamentação do uso da água ainda é relativamente recente por aqui, visto que o Brasil possui uma das maiores reservas do planeta

deste recurso. A maior parte está concentrada na região hidrográfica Amazônica, enquanto o restante das reservas é distribuído nas demais áreas, ocorrendo limitações hídricas de forma localizada (tabela 2, figura 5).

Tabela 2 – Vazão média por habitante no país por região hidrográfica

Região hidrográfica	População (10 ⁶ hab)	Vazão média	
		(m ³ /s)	(m ³ /hab/ano)
Amazônica	8	131.947	533.096
Tocantins/Araguaia	7	13.624	59.858
Atlântico Nordeste Ocidental	5	2.683	15.958
Parnaíba	4	763	6.456
Atlântico Nordeste Oriental	21	779	1.145
São Francisco	13	2.850	7.025
Atlântico Leste	14	1.492	3.362
Atlântico Sudeste	25	3.179	3.972
Atlântico Sul	12	4.174	11.316
Uruguai	4	4.121	33.893
Paraná	55	11.453	6.607
Paraguai	2	2.368	39.559
Brasil	170	179.433	33.376

Fonte: Agência Nacional das Águas (BRASIL, 2005, p.87).

De forma geral o Brasil tem água suficiente para o abastecimento público e o suprimento de outras atividades como a agricultura e a Indústria. Porém, a grande concentração populacional, como a que ocorre na região sudeste (situada na sua maior parte na Região hidrográfica do Paraná), assim como a sua conjugação com a baixa vazão de regiões hidrográficas (caso da Região Hidrográfica do Atlântico Nordeste Oriental) criam regiões onde a disponibilidade de água per capita atinge níveis preocupantes.

Figura 5 – Vazão média anual por habitante (Agência Nacional das Águas, 2005, p.88)

A preocupação nessas regiões de baixa disponibilidade hídrica é o atendimento aos diversos usos da água, que só na última década se tornou alvo de preocupação legal. No Estado de São Paulo, segundo o artigo 12 da lei estadual 9.034 de 1994, os usos da água previstos reconhecem prioridades de forma hierarquizada. Segundo tal artigo

Art. 12 - Enquanto não estiver estabelecido o plano de uma determinada bacia hidrográfica, a prioridade de uso dos respectivos recursos hídricos obedecerá à seguinte ordem.

- I - atendimento das primeiras necessidades da vida;
- II - abastecimento de água às populações, incluindo-se as dotações específicas necessárias para suprimento doméstico, de saúde e de segurança;
- III - abastecimento de água de estabelecimentos industriais, comerciais e públicos em geral, situados em áreas urbanas, que se utilizam diretamente da rede pública, com demandas máximas a serem fixadas em regulamento;
- IV - abastecimento doméstico e de animais em estabelecimentos rurais e irrigação em pequenas propriedades agrícolas para produção de alimentos básicos, olericultura, fruticultura e produção de mudas em geral;
- V - abastecimento industrial, para fins sanitários, e para a indústria de alimentos;
- VI - aquicultura;
- VII - projetos de irrigação coletiva, com participação técnica, financeira e institucional do Estado, dos Municípios e dos irrigantes;
- VIII - abastecimento industrial em geral, inclusive para a agroindústria;

- IX - irrigação de culturas agrícolas em geral, com prioridade para produtos de maior valor alimentar e tecnologias avançadas de irrigação;
- X - geração de energia elétrica, inclusive para o suprimento de termoeletricas;
- XI - navegação fluvial e transporte aquático;
- XII- usos recreativos e esportivos;
- XIII- desmonte hidráulico na indústria da mineração;
- XIV - diluição, assimilação e transporte de efluentes urbanos, industriais e agrícolas (SÃO PAULO, 1994).

É interessante constatar que, até este momento, mecanismos disciplinadores do uso da água como as leis e regulamentos – a exemplo da do decreto Estadual nº 41.258, de 31 de outubro de 1996, que regulamenta a outorga de direitos de uso dos recursos hídricos – ainda não foram suficientes para equilibrar as necessidades ambientais em face das necessidades econômicas e sociais. Um exemplo é a péssima qualidade da água em pontos do Rio Piracicaba, Capivari e Tietê, onde está a maior densidade demográfica do Estado (SÃO PAULO, 2006a).

A utilização abusiva da água através do lançamento de efluentes não considera a capacidade de assimilação dos poluentes sem o comprometimento da fauna aquática (figura 6). Para termos uma idéia da dimensão deste problema podemos afirmar que apenas cerca de 39% do esgoto coletado no Estado de São Paulo recebe algum tipo de tratamento antes de ser lançado nos cursos d'água (SÃO PAULO, 2006a). Isso tem criado uma condição na qual não há possibilidade de depuração dos poluentes por parte dos rios, afetando a biota do entorno e aumentando os custos de tratamento da água nas cidades posicionadas a jusante dos lançamentos desses efluentes. Essa realidade vem se tornando cada vez mais perceptível com o crescimento populacional e econômico, que exige cada vez mais água em condições de consumo, ao mesmo tempo em que aumenta a emissão de poluentes, conduzindo à condição de escassez de água e à degradação ambiental.

Figura 6 – Índice de qualidade de proteção da vida aquática dos Rios de Estado de São Paulo (SÃO PAULO, 2006b)

Tal cenário se apresenta em regiões de grande concentração urbana como no caso da bacia hidrográfica do Paraná, onde há grande concentração urbana e industrial (figura 7). Mesmo possuindo água em quantidade média suficiente para o abastecimento das necessidades humanas (figura 5), a alta concentração demográfica em regiões como a cidade de São Paulo (Bacia do Alto Tietê²³) e Campinas (Bacias do Piracicaba, Capivari e Jundiaí) resulta em disponibilidade hídrica crítica.

²³ As Unidades de Gerenciamento de Recursos Hídricos (UGRH), que definem um ou mais rios e suas áreas de abrangência quanto à utilização da água, são estabelecidas em conformidade com o Sistema Nacional de Gerenciamento de Recursos Hídricos, regulamentadas pela lei nº 9.4331 de 1997. Tal delimitação se estabeleceu para a articulação, e juntamente com órgãos e entidades públicas e privadas integrantes deste sistema promover a elaboração de estudos para subsidiar a aplicação de recursos financeiros da União em obras de regularização de cursos de água, de alocação e distribuição de recursos hídricos (BRASIL, 2006)

Figura 7 – Vazões de retirada para os diferentes usos nas regiões hidrográficas (AGÊNCIA NACIONAL DAS ÁGUAS, 2005, p.78)

Em relação à região na qual se localiza Campinas, temos três rios de importância do ponto de vista de gestão dos recursos hídricos: o rio Piracicaba, o Capivari e o Jundiaí (região denominada como Unidade de Gerenciamento de Recursos Hídricos dos rios Piracicaba, Capivari e Jundiaí ou, simplesmente, UGRHI-PCJ). A disponibilidade hídrica nessa região em épocas de estiagem (aproximadamente 43m³/s) quase se iguala à demanda (aproximadamente 40m³/s) (tabela 3).

Tabela 3 – Demanda global e disponibilidade hídrica na UGRHI dos Rios Piracicaba, Capivari e Jundiaí, expressa em m³/s

Uso urbano doméstico	Uso industrial	irrigação	Rural e outros	Demanda total	Vazão mínima Q _{7,10} (1)
14,90	17,30	7,89	-	40,09	43

Fonte: São Paulo. Secretaria de Meio Ambiente. Relatório de Qualidade Ambiental, 2006.

Nota: (1) Vazão mínima anual de 7dias consecutivos com período de retorno de 10 anos

A condição de baixa disponibilidade de água superficial que se configura na UGRHI-PCJ só não é pior do que o caso da região metropolitana da cidade de São Paulo, que tem déficit na relação disponibilidade e consumo de água (Tabela 4). A UGRHI do Alto do Tietê consome uma média de 86,42m³/s, enquanto tem uma vazão mínima em épocas de baixa disponibilidade de 20m³/s. O déficit acaba por ser preenchido com a transposição de água de outras bacias e pela exploração da água de depósitos subterrâneos.

Tabela 4 – Relação entre a demanda e a produção hídrica superficial (dentro dos limites de cada unidade gerencial de recursos hídricos – UGRHI) Expressa pela vazão mínima $Q_{7,10}$

UGRHI	Demandas Globais Águas Superficiais e Subterrâneas) 2004 (De)	Produção Hídrica (Vazão Mínima) $Q_{7,10}$ (m3/s) (Di)	Demanda 2004 como fração de $Q_{7,10}$ (De/Di)
01-Mantiqueira	0,49	7	0,07
02-Paraíba do Sul	19,63	72	0,27
03-Litoral Norte	0,81	27	0,03
04-Pardo	20,68	30	0,69
05-Piracicaba/Capivari/Jundiaí	40,83	43	0,95
06-Alto Tietê	86,42	20	4,32
07-Baixada Santista	23,29	38	0,61
08-Sapucaí/Grande	25,57	28	0,91
09-Mogi-Guaçu	40,23	48	0,84
10-Tietê/Sorocaba	17,98	22	0,82
11-Ribeira de Iguape/Litoral Sul	3,2	162	0,02
12-Baixo Pardo/Grande	12,99	21	0,62
13-Tietê/Jacaré	22,69	40	0,57
14-Alto Paranapanema	24,2	84	0,29
15-Turvo/Grande	16,23	26	0,62
16-Tietê/Batalha	9,79	31	0,32
17-Médio Paranapanema	13,05	65	0,2
18-São José dos Dourados	2,3	12	0,19
19-Baixo Tietê	18,4	27	0,68
20-Aguapeí	6,84	28	0,24
21-Peixe	5,28	29	0,18
22-Pontal do Paranapanema	6,36	34	0,19
Estado de São Paulo	417,26	893	0,47

Fonte: SÃO PAULO (2005, p.101).

Em grande parte dos casos, o uso da água cria conflitos entre interesses econômicos, sociais e ambientais que evidenciam as limitações do desenvolvimento da sociedade. Nessa

condição, os problemas centrais do Brasil nessa questão são citados pelo Ministério do Meio Ambiente (2000) da seguinte forma:

De modo geral, os problemas mais graves na área de recursos hídricos no país poderiam ser assim enumerados: dados e informações insuficientes ou não acessíveis para se promover uma adequada avaliação dos recursos hídricos; inexistência de práticas efetivas de gestão de usos múltiplos e integrados dos recursos hídricos; base legal insuficiente para assegurar a gestão descentralizada; manejo inadequado do solo na agricultura; distribuição injusta dos custos sociais associados ao uso intensivo da água; participação incipiente da sociedade na gestão, com excessiva dependência nas ações de governos; escassez de água, natural ou causada pelo uso intensivo do recurso hídrico; disseminação de uma cultura da abundância dos recursos hídricos; ocorrência de enchentes periódicas nos grandes centros urbanos brasileiros (BRASIL 2000, p. 18).

Tais problemas se desdobram em várias situações, de acordo com o contexto de cada região e suas características. No caso da UGRHI dos Rios Piracicaba, Capivari e Jundiá (figura 8), o consumo elevado, o baixo investimento em tratamento de efluentes e a transformação da paisagem natural levaram a uma degradação das condições ambientais da bacia hidrográfica.

Figura 8 – Bacia hidrográfica dos rios Piracicaba, Capivari e Jundiá

Porém, em se tratando especificamente da região de Campinas, a situação não é confortável. A relação entre a produção hídrica mínima e a demandada é 0,95 (SERHS, 2005). Ou seja, em condições de vazão mínima a região utiliza 95% das águas superficiais disponíveis, deixando pouquíssima margem de disponibilidade em épocas de estiagem. Além disso, existem outras características particulares que comprometem as condições de sustentabilidade da região, uma vez que aumentam as restrições de qualidade e quantidade de água.

As principais causas dessa condição estão ligadas ao crescimento populacional desordenado da região, que apresentou o segundo maior índice de crescimento demográfico do Estado de São Paulo na última década (tabela 5), ocasionando o aumento no consumo doméstico e industrial de água e, conseqüentemente, o aumento na emissão de efluentes provenientes desse consumo. A região é a segunda economia do Estado de São Paulo e possui um setor industrial bem diversificado, destacando-se as indústrias de papel e celulose, refinaria de petróleo, montadoras de automóveis, alimentos, têxteis, usinas sucroalcooleiras, componentes para os setores de telecomunicação e informática.

Tabela 5 – Urbanização e densidade demográfica na região das bacias dos rios Piracicaba, Capivari e Jundiaí

	1991	2000	2005
Taxa cresc . geom. Anual	...	2,40%	2,00%
Grau de Urbanização	92,20%	94,40%	95,40%
Densidade demográfica (hab/km ²)	243,7	300,6	332,1

Fonte: SÃO PAULO (2006).

Os municípios situados nas bacias dos rios Piracicaba, Capivari e Jundiaí, 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). Em consequência da carga de poluentes das águas que os rios da região recebem a qualidade destes fica prejudicada (figura 9). O resultado é a degradação da qualidade dos rios e reservatórios e da vida aquática a condições de restrição da utilização da água para o abastecimento público devido ao alto custo de tratamento para consumo, como ocorre em parte do Rio Piracicaba.

Figura 9 – Distribuição Percentual do Índice de Qualidade de Água para Fins de Abastecimento Público (IAP) e Índice de Qualidade da Água para Proteção da Vida Aquática (IVA) em 2003 (SÃO PAULO, 2004)

Essa situação reflete a transformação do ambiente pelo impacto da ocupação e das atividades humanas que ocorrem na região e que modificam de forma expressiva a paisagem original (tabela 6) – mata atlântica – pela expansão da agricultura, urbanização e industrialização.

Tabela 6 – Percentual de uso e ocupação do solo

Uso/ocupação	% de área ocupada
Agricultura	28,2
Cobertura vegetal natural	6,6
Reflorestamento	3,2
Pastagens e campos antrópicos	57,1
Áreas urbanas e industriais	4,9
Total	100

Fonte: Secretaria do meio ambiente do Estado de São Paulo (SEMA/SP), 2006.

Segundo Tundisi (2003), os impactos ambientais sobre os recursos hídricos advêm de fatores como

Urbanização e despejo de esgoto sem tratamento, construção de estradas, desvio de rios e construção de canais, mineração, hidrovias, construção de represas, atividades industriais, pesca e piscicultura, aquíicultura, introdução de espécies exóticas, remoção de espécies críticas, disposição de resíduos sólidos (lixo urbano), desmatamento nas bacias hidrográficas (TUNDIS, 2003, p.91-92).

Comuns às áreas de intensa ocupação urbana, todas essas atividades que degradam as condições ambientais causam os seguintes impactos:

Eutrofização²⁴, aumento do material em suspensão e assoreamento de rios, lagos e represas, perda de diversidade biológica, alterações no ciclo hidrológico e no volume de reservatórios, rios e lagos, alterações na flutuação de níveis dos rios e nas áreas de inundação, contaminação de aquíferos, aumento da toxicidade das águas e sedimentos, perda da capacidade tampão (pela remoção de áreas alagadas e florestas ripárias), expansão geográfica de doenças de veiculação hídrica e degradação dos mananciais e das áreas de abastecimento (TUNDISI, 2003, p.92).

Em uma análise mais profunda, todas essas modalidades de impactos ambientais poderiam ser relatadas em maior ou menor intensidade na região de Campinas. De qualquer forma, as transformações do ambiente, como reflexo das atividades humanas, mostram a intensidade com que a água é requerida, seja no consumo doméstico, industrial ou na agricultura.

Pela sua condição de bem público, o uso responsável e criterioso da água é prerrogativa importante na medida em que os impactos ambientais afetam toda a população do entorno. Exemplos de negligência em relação a este uso não são raros: contaminação de depósitos subterrâneos de água através da poluição de indústrias, como o caso da empresa Shell, em Paulínia, onde funcionários e moradores foram contaminados com agrotóxicos organoclorados²⁵. Também é notório o caso do Aterro Mantovani, em Santo Antônio de Posse, uma das maiores

²⁴ Aumento de nutrientes como o fósforo e o nitrogênio na água que acaba por desequilibrar a flora e fauna aquática e comprometer a qualidade da água para consumo.

²⁵ 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.

áreas contaminadas registradas pela CETESB, que constatou a contaminação de poços e do lençol freático no local e em propriedades vizinhas²⁶.

Toda essa situação vem revelando as limitações que, cada vez mais, se tornam determinantes na restrição da qualidade de vida da população. A abordagem de toda essa problemática, sob o ponto de vista do desenvolvimento sustentável, tende a promover alternativas, conforme salienta Tundisi.

O conceito de sustentabilidade deve promover a integração de todos os componentes biogeofísicos, econômicos e sociais para enfrentar a escassez e promover nova ética para a água, com base em considerações sociais, otimização dos usos múltiplos, controle do desperdício e recuperação de sistemas degradados (TUNDISI, 2003, p.203).

Essa perspectiva parece interessante quando considera diversas faces das questões que envolvem a água enquanto recurso ambiental. A incorporação das prioridades do mercado cria uma contradição na qual os agentes (públicos ou privados) só adicionam o discurso ambientalista às práticas que atribuam ganhos financeiros e/ou de imagem. 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 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 Schlupmann (1993), o mercado não pode afirmar seu êxito em um mundo repleto de gente faminta e de extrema desigualdade (MIOTTO, 2005, p. 85).

De qualquer forma, os problemas levantados aqui estão presentes em maior ou menor escala nos grandes centros urbanos brasileiros, pois, conforme já levantado, a concentração demográfica cria a necessidade de maiores investimentos em saneamento e tratamento dos efluentes. Segundo Cordeiro Netto (2006), existem dois grandes desafios na área de recursos hídricos: um deles é a capacitação do Estado e do sistema de gerenciamento dos recursos hídricos para a missão que lhes foi confiada, e o segundo é dar visibilidade social à questão da água em seus diversos aspectos. Este autor salienta que:

²⁶ 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.

De fato, a sociedade brasileira já se acha sensibilizada para a questão, mas, em face, principalmente, da complexidade dos problemas, há um desconhecimento generalizado sobre possíveis soluções e de como elas podem ser discutidas e implementadas. Para superar esse desafio, é preciso um envolvimento mais amplo e sistemático da sociedade, especialmente por parte dos profissionais das áreas de educação e de comunicação, que têm papel de protagonistas nesse processo. Na realidade, a discussão da questão da água, no Brasil, ainda é restrita a foros específicos, freqüentados por técnicos, iniciados e poucos interessados (CORDEIRO NETTO, 2006, p.174).

Essa constatação de Cordeiro Netto dá a noção de que as questões levantadas aqui, por mais que sejam alarmantes, ainda não estão sendo trabalhadas de forma realista e engajada pela sociedade. Tal constatação aponta mais uma vez questões sobre a efetividade da cobertura da mídia na mobilização da sociedade em torno das questões da água.

2.2 Material e método

Este trabalho teve como preocupação analisar o discurso da mídia de maior audiência da região de Campinas, no Estado de São Paulo para verificar 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 liderança, influencia na pauta e na agenda dos outros veículos e, por consequência, da sociedade, conforme os preceitos da teoria da Agenda-setting, assim como o modelo de propaganda de Herman e Chomsky (2003). Conforme visto anteriormente, estes autores concordam que os maiores veículos tendem a definir as agendas dos demais. Assim, o presente trabalho buscou refletir sobre como um veículo líder em âmbito regional reproduz e cria significados relativos à água em sua matriz econômica, social e ambiental. Dessa forma, a EPTV Campinas tornou-se objeto de estudo devido à sua liderança em audiência.²⁷

As atividades de pesquisa das matérias jornalísticas foram realizadas durante o período de 01 de março de 2004 a 01 maio de 2006. Foram efetuadas duas entrevistas semi-estruturadas com o Gerente de Jornalismo da EPTV, o jornalista Duílio Fabbri (em 29 de junho de 2004 e em 04 de abril de 2006). Nessas entrevistas foram levantados aspectos relativos à organização e ao funcionamento do programa alvo da pesquisa, o telejornal diário “Jornal Regional 1ª e 2ª Edição”

²⁷ Segundo pesquisa de audiência do IBOPE, em pesquisa 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)

(JR), dando subsídios para o entendimento do contexto de trabalho dos profissionais de comunicação do veículo.

A metodologia se baseou na observação do telejornal transmitido na região de Campinas durante três meses consecutivos e na seleção do material para análise com base em categorias definidas para a identificação da temática pertinente à pesquisa.

A pesquisa seguiu as etapas abaixo:

Etapa 1 – Primeiro foi feita a coleta do material para análise com a gravação em fitas de vídeo VHS, por um período de três meses (20 de abril a 20 de julho de 2005) da programação de jornalismo regional da EPTV, transmitida diariamente, totalizando 79 dias de programação diária (excetuando os domingos), em duas edições. Ao todo, foram 85 horas e 35 minutos de programação de telejornal (65 horas e 50 minutos aproximadamente, quando excluído o tempo dos comerciais).

Etapa 2 – Registro manuscrito das matérias, compreendidas aqui como reportagens e segmentos relativos à enunciação de um determinado assunto noticiado, assim como a descrição de seu formato, de acordo com as categorias assumidas para esta pesquisa, que serão mais adiante definidas.

Etapa 3 – A partir dos registros manuscritos e das gravações em vídeo foram selecionadas as matérias de interesse para a análise, conforme os critérios que serão descritos a seguir.

2.2.1 Critério adotado para a seleção e análise do material

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.

Em um segundo momento, foram descartadas as matérias nas quais as palavras-chave acima citadas apareciam de forma incidental, sem que pudessem ser incluídas na discussão proposta aqui, ou seja, a representação da água na mídia de massa. Nesta etapa, o assunto ao qual a matéria se refere foi critério decisivo, visto que em algumas, a menção das palavras-chave tinha o objetivo de contextualizar, por exemplo, a localização do fato ocorrido, sem que houvesse implicações temáticas pertinentes, como na seguinte frase: - *O acidente ocorreu próximo a Rio das Pedras.*

As matérias que permaneceram para a análise foram submetidas a uma ficha de classificação (Anexo A) que, além das palavras-chave também procurou determinar o principal assunto tratado, temática (habitação, meio ambiente, economia, trabalho, etc), as fontes da notícia, o tempo de duração, o destaque dado (as principais reportagens são citadas no início do telejornal) e o tipo de ‘narrativa audiovisual’. As narrativas foram categorizadas da seguinte forma: a) matérias gravadas: são reportagens gravadas e editadas anteriormente a exibição; b) matérias ao vivo: são reportagens transmitidas em tempo real de outras locações que não o estúdio de transmissão; c) matérias especiais: são reportagens gravadas e exibidas de forma seriada, geralmente durante alguns dias e que abordam uma determinada temática; d) notas: são textos curtos narrados e que relatam o fato sem alguma outra intervenção, seja de imagens, reportagens ou comentários; e) notas cobertas: são notas lidas com a presença de imagens que ilustram o fato descrito.

Nas matérias onde havia a representação da água em forma de imagens, foram extraídos *frames*. *Frames* são aqui considerados como a unidade fotográfica das imagens televisivas. Cada segundo de imagem televisiva pode conter 24 ou 30 *frames*, dependendo do sistema de gravação. O objetivo da coleta destes instantâneos de imagens foi o de encontrar padrões de representação no material analisado.

Com a preocupação de fornecer condições para a análise qualitativa foi realizada a transcrição das matérias onde o foco central era a representação da água no contexto ambiental. Também foram transcritos trechos de matérias onde as palavras-chave água, rios, recurso hídrico eram mencionados, no sentido de criar definições, valores ou associações. A transcrição teve por

objetivo identificar características como a adjetivação, definições, posição em relação ao assunto ou mesmo a temática.

Durante o processo de gravação do material para análise foram encontradas duas dificuldades metodológicas. Uma relativa ao meio de armazenamento de informação (fitas magnéticas VHS); outra, inerente à programação da própria emissora, que altera a programação em ocasiões de eventos esportivos, por exemplo. Assim, alguns programas foram parcialmente ou totalmente excluídos (tabela 7) do universo da análise.

Tabela 7 – Programas que apresentaram algum problema

Dia	Problema
06/05/05	Não gravou o bloco 1 da 2ª edição
18/05/05	Perdeu início da primeira edição
17/06/05	Não gravou a primeira edição
18/06/05	Não gravou bloco 1 da 1ª edição
20/07/05	Não gravou a 2ª edição

O total de material perdido perfaz, aproximadamente, uma hora, o que representa 1,65% do total (cerca de 65 horas de 50 minutos) exibido no período levantado.

2.2.2 Elaboração de categorias

Para possibilitar a análise foram estabelecidas categorias que determinassem, em um primeiro momento, os temas abordados pelo telejornal da EPTV e sua recorrência. O tema aqui é determinado pela forma como a matéria aborda o fato. Assim, se aspectos relativos aos impactos econômicos de um determinado fato era o mote central de uma matéria, esta foi incluída na categoria de matérias relativas à economia. Dessa forma, estabeleceram-se as seguintes categorias: arte e cultura, agricultura, ciência e tecnologia, desastre ambiental, direito do consumidor, economia, educação, esporte, mercado de trabalho, meio ambiente, política, saúde, transporte e outras. Com esse grande número de categorias definido buscamos estabelecer uma definição mais precisa das temáticas que foram exploradas pelo telejornal, durante o período estudado. Talvez algumas categorias pudessem se fundir em apenas uma, porém, isso diminuiria a possibilidade de inferirmos a respeito delas. De qualquer forma, elas foram criadas para

enquadrar todas as matérias e estabelecer quantitativa e qualitativamente o discurso das matérias do programa JR EPTV. É importante salientar que as categorias listadas aqui não foram estabelecidas como critério de seleção das matérias para análise, e sim, para auxiliar na análise do discurso do telejornal da EPTV.

2.3 Resultados e Discussão

2.3.1 Descrição da EPTV

Inaugurada em 1979, a então chamada TV Campinas foi a primeira emissora a ser criada do grupo EPTV, das quatro atuais componentes. Seu fundador, José Bonifácio Coutinho, formou-se em Direito e teve uma carreira política em esfera estadual e federal antes de se estabelecer como empresário da comunicação²⁸.

As quatro concessões que o grupo controla são registradas em nome de empresas do próprio fundador e de seus filhos, com participação acionária de aparentados de Roberto Marinho, o fundador da Rede Globo de Televisão, o que revela o estreito relacionamento entre os grupos e a importância que a região destas concessões possui. Assim,

(...) 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).

As quatro emissoras afiliadas que compõem a EPTV estão localizadas conforme a figura 10, sendo a EPTV Campinas a que possui o maior público potencial (tabela 8 e 9).

Cada emissora possui programação de jornalismo produzida na sua região de cobertura. Um grande número de pessoas é empregado nestas atividades. Em 2001, conforme publicação de Bazi, a EPTV possuía 618 funcionários trabalhando nas diversas emissoras. Somente em

²⁸ Foi Secretário da Agricultura no Governo Carvalho Pinto e Secretário de Educação na Administração Paulo Egydio Martins e, cumulativamente, em 1976, Secretário da Cultura, Ciência e Tecnologia. Nomeado pelo Presidente Castelo Branco, em 1964, integrou o Conselho Nacional de Economia, órgão da Presidência da República e exerceu a Presidência da Comissão Consultiva Bancária do Banco Central do Brasil S/A. (fonte: <http://eptv.globo.com/emissora/>) acesso em 10 fev. 2006

Campinas, onde funciona a administração do grupo, estavam locados 241, dos quais 62 trabalhavam na redação (BAZI, 2001, p.38).

Figura 10 – Cobertura das Emissoras da EPTV (EMISSIONAS PIONEIRAS DE TELEVISÃO, 2006)

Tabela 8 – 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 9 - Municípios que recebem o sinal da EPTV Campinas

(continua)

Municípios	Pop Total	Dom c/ TV	Tel Pot
Águas de Lindóia	18.885	5.452	18.134
Águas de São Pedro	2.003	578	1.923
Americana	201.299	58.116	193.289
Amparo	66.655	19.244	64.003
Artur Nogueira	42.261	12.201	40.579
Campinas	1.048.478	302.703	1.006.760
Capivari	46.189	13.335	44.351
Charqueada	14.536	4.197	13.958
Cordeirópolis	20.372	5.882	19.561
Cosmópolis	49.796	14.376	47.815
Elias Fausto	15.356	4.433	14.745
Engenheiro Coelho	12.358	3.568	11.866
Espírito Santo do Pinhal	42.618	12.304	40.922
Estiva Gerbi	10.283	2.969	9.874
Holambra	8.380	2.419	8.047
Hortolândia	196.625	56.767	188.801
Indaiatuba	177.329	51.196	170.273
Ipeúna	5.422	1.565	5.206
Iracemápolis	18.042	5.209	17.324
Itapira	67.781	19.569	65.084
Jaguariúna	34.180	9.868	32.820
Limeira	275.913	79.658	264.935
Lindóia	6.193	1.788	5.947
Louveira	28.926	8.351	27.775
Mogi Guaçu	139.512	40.278	133.961
Mogi Mirim	92.372	26.668	88.697
Mombuca	3.439	993	3.302
Monte Alegre do Sul	6.895	1.991	6.621
Monte Mor	45.078	13.014	43.284
Morungaba	11.019	3.181	10.581
Nova Odessa	47.292	13.654	45.410
Paulínia	60.912	17.586	58.488
Pedra Bela	5.912	1.707	5.677
Pedreira	39.948	11.533	38.358
Pinhalzinho	12.655	3.654	12.151
Piracicaba	361.967	104.502	347.565
Rafard	8.213	2.371	7.886
Rio das Pedras	26.355	7.609	25.306
Saltinho	6.268	1.810	6.019
Santa Bárbara d'Oeste	186.208	53.759	178.799
Santo Antônio de Posse	20.655	5.963	19.833
Santo Antônio do Jardim	6.457	1.864	6.200
São Pedro	32.956	9.515	31.645
Serra Negra	25.242	7.288	24.238

Tabela 9 - Municípios que recebem o sinal da EPTV Campinas

(Conclusão)

Municípios	Pop Total	Dom c/ TV	Tel Pot
Socorro	33.959	9.804	32.608
Sumaré	233.248	67.340	223.967
Tuiuti	5.517	1.593	5.297
Valinhos	92.804	26.793	89.111
Vinhedo	56.135	16.207	53.901
49 Municípios	3.970.898	1.146.425	3.812.897

Fonte: Emissoras Pioneiras de Televisão (2006).

É interessante observar que a EPTV Campinas, a primeira a entrar em funcionamento, é a que atinge o menor espaço geográfico (figura 8). Porém, localiza-se em uma das regiões mais densamente habitadas do Estado e, conseqüentemente, é a emissora com maior público.

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 das emissoras afiliadas dentro do critério de programação que denomina de telejornalismo local ou comunitário, indistintamente²⁹. 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. Dentro deste cenário, a padronização da produção jornalística no formato da Rede Globo foi determinante para o telejornalismo da EPTV. Não só a EPTV como as filiais e afiliadas da Rede Globo trocam informações e padronizam seus procedimentos de operação.

Com a produção centralizada no Rio de Janeiro e São Paulo, a estratégia da emissora foi ampliar sua cobertura geográfica com a criação de um vasto sistema de afiliadas. De acordo com Fenandes (1996), há muitos anos a Rede Globo tinha como meta regionalizar sua programação. Foi na década de 80 que o projeto de regionalização ganhou força com a implantação, em seu organograma, de um setor específico para atender suas afiliadas: o CGAE – Central Globo de Afiliadas e Expansão – responsável por viabilizar as emissoras locais em todas necessidades, como: programação, engenharia e jornalismo. Nessa central, as preocupações vão da qualidade do sinal que chega aos lares dos telespectadores até o investimento realizado pelas emissoras regionais em seus diversos departamentos (BAZI, 2001, p. 23).

²⁹ Telejornalismo comunitário, da mesma forma que o jornalismo comunitário, é muito mais que a dimensão de cobertura, conforme levantado no item 2.1.3.5 deste trabalho, que trata de forma específica deste assunto. Isso mostra que a utilização dessa denominação por parte da empresa de comunicação é imprópria, já que este jornalismo é promovido e controlado pela iniciativa privada, que representa uma parcela interessada da sociedade. Uma empresa privada pode se comprometer com os interesses comunitários desde que não existam conflitos com os seus próprios interesses.

Essa preocupação com padrão e qualidade que a Rede Globo tem em relação às filiais e afiliadas acaba por se tornar decisivo na definição da linguagem e conteúdo dessas emissoras e, por consequência, da EPTV. Foi assim que a Rede Globo buscou a regionalização do telejornalismo, porém, sem abrir mão do padrão nacional de produção de informação, integrando assim as redações das filiais e afiliadas com o jornalismo de rede nacional. Para isso “tentava-se minimizar distinções entre diferentes regiões do Brasil e criar um padrão de qualidade no telejornalismo” (MEMÓRIA GLOBO, 2005, p. 123)

Hoje, a regionalização é o caminho pelo qual a Rede Globo busca ampliar a oferta de opções para o mercado publicitário, segmentando as inserções de comerciais por regiões de interesse. Em resumo, toda a renda levantada com publicidade em afiliadas é dividida com a Rede Globo, que acabou, por consequência, aumentando o volume dos seus negócios publicitários. Bazi confirma esta afirmação quando comenta a importância das filiais e afiliadas da Rede Globo. Segundo ele,

(...) as filiais da Rede Globo, como também as afiliadas, são peças fundamentais dentro das metas traçadas pela empresa, já que, além da transmissão dos sinais, são elas que tornam a rede mais conhecida junto às diferentes comunidades, o que auxilia na comercialização do espaço publicitário local (BAZI, 2001, 31).

Isso também fica evidente no discurso da própria emissora, quando se refere à sua estratégia de ação na região:

A proposta era aliar, desde o início, a liderança da programação GLOBO à força das emissoras regionais. Criou-se, na identificação com as comunidades cobertas, um serviço de jornalismo dinâmico. Além do sinal com qualidade irradiado às cidades, buscou-se apoiar as diversas atividades regionais e disponibilizar uma programação local, ao lado da fornecida pela REDE GLOBO, oferecendo oportunidades de crescimento aos anunciantes locais (EPTV, 2006).

Assim é que a atuação da EPTV e da Rede Globo no mercado publicitário do interior paulista vislumbra a dimensão que este mercado possui, pois,

(...) o interior paulista é o segundo maior mercado consumidor do país, perdendo apenas para a Capital. Conta com mais de 30 shoppings centers, e, de acordo com dados do Seade (Sistema Estadual de Análise de Dados e Estatísticas), de 1994, possui 56,7% do total de agências bancárias de São Paulo). Em termos de educação, nas regiões mais desenvolvidas, o índice de alfabetização chega a atingir 88%. Para o superintendente comercial da Rede Globo, Octávio Florisbal, 65% do IPC (Índice de Potencial de Consumo) está no interior (Meio e Mensagem, 27.09.1999) (BAZI, 2001, p32).

Para a operacionalização deste negócio, a comunicação entre rede e afiliada é coordenada de forma a possibilitar a transmissão do sinal na região, integrando a programação das esferas nacional e regional. Isso ocorre na recepção e na transmissão da programação nacional, colada à regional. Também ocorre o envio de material da região para a rede através da solicitação de cobertura na região de assuntos de interesse nacional.

Dessa forma, o maior compromisso do jornalismo da EPTV é relativo à região de sua cobertura. Nesse aspecto em particular, segundo dados disponibilizados pela própria emissora, a abrangência do veículo (apenas a EPTV Campinas) cobre 49 municípios, atingindo 1.146.425 domicílios com TV, e uma população de 3.970.898 habitantes (tabela 9).

A audiência da programação da EPTV na região de Campinas é comparável com os principais programas da Rede Globo (tabela 10), onde o jornalismo diário (Jornal Regional 1ª e 2ª Edição) aparece em destaque entre os vinte programas de maior audiência na região.

Tabela 10 – Audiência domiciliar média por programa (de segunda a domingo) da programação da EPTV em Campinas relativas ao mês de setembro de 2005.

(continua)

Ranking	Programas	Emissora	Domiciliar	
			Aud%	shr%
1	Novela 20 Horas	EPTV	58	80
2	Jornal Nacional	EPTV	52	74
3	Fantástico	EPTV	47	68
4	Casseta & Planeta	EPTV	46	74
5	A Grande Família	EPTV	46	69
6	Novela 19 Horas	EPTV	45	70
7	Jornal Regional 2ª Edição	EPTV	45	70
8	Globo Repórter	EPTV	44	76
9	Novela 18 Horas	EPTV	43	69
10	Futebol Quarta	EPTV	42	70
11	Zorra Total	EPTV	37	64
12	Domingão Do Faustão	EPTV	31	51
13	Jornal Hoje	EPTV	30	67
14	Malhação	EPTV	30	65
15	Futebol Domingo	EPTV	30	56
16	Globo Esporte	EPTV	29	67
17	Vídeo Show	EPTV	29	66

Tabela 10 – Audiência domiciliar média por programa (de segunda a domingo) da programação da EPTV em Campinas relativas ao mês de setembro de 2005

(conclusão)

Ranking	Programas	Emissora	Domiciliar	
			Aud%	shr%
18	Jornal Regional 1ª Edição	EPTV	28	68
19	Show de Terça-Feira	EPTV	28	67
20	Vale a Pena Ver de Novo	EPTV	27	62

Fonte: Emissoras Pioneiras de Televisão (2006).

2.3.2 Descrição dos telejornais da EPTV

Com programação essencialmente jornalística, a emissora possui duas edições diárias de notícias e quatro programas semanais. Os programas diários de jornalismo são caracterizados da seguinte forma em relação ao seu conteúdo:

Jornal Regional 1ª Edição: Possui quarenta e cinco minutos de duração. Quando excluído o tempo dos comerciais o programa passa a contar com cerca de trinta minutos. Vai ao ar de segunda a sábado, 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).

Os destaques do dia são anunciados em dois momentos desta edição. Logo no início do primeiro bloco, quando se refere aos destaques da cobertura das três emissoras do Estado de São Paulo e no final do segundo bloco, quando, a partir deste momento e até o final do programa, serão abordados os assuntos de cada região, encerrando a transmissão em rede.

Segundo seu gerente de jornalismo, o JR 1ª Edição apresenta uma temática voltada para os interesses da comunidade, trazendo não apenas temas que são escolhidos pela sua importância, mas também aqueles que trazem discussões que revelam os hábitos, costumes, necessidades, reivindicações e curiosidades da região. Em geral, as matérias exibidas possuem de três a cinco minutos de duração.

Pela definição de sua comunicação institucional, além de trazer notícias da região, essa edição de telejornal ainda traz matérias com características do perfil de revista³⁰. O Jornal conta com notícias de política, economia, mercado de trabalho, saúde, habitação e segurança pública, dedicando parte da divulgação para a arte e a cultura locais. Apresenta também seções fixas ao longo da semana, que abordam temáticas “leves”³¹: Prato Fácil (culinária), Em Cena (agenda cultural dos principais eventos dos finais de semana), Ver e Rever (dicas de filmes e vídeo) e Encontro (bate-papo descontraído com artistas de todas as tendências e de todo o país). Os fatos esportivos do dia não são incluídos na primeira edição do JR e sim no primeiro bloco do Globo Esporte que é apresentado pela EPTV.

A organização do trabalho de produção do jornalismo segue um rigor de divisão e distribuição de funções: busca de pautas, que é a seleção dos assuntos que podem estar na programação do telejornal; seleção das pautas mais pertinentes; produção das pautas, que é o levantamento das informações e fontes da notícia; gravação das externas, quando as equipes de gravação e os repórteres vão até as fontes das informações e/ou sujeitos das notícias para registrar as imagens e os pontos de vista; edição da matéria, que é a seleção e ordenação das imagens, textos e entrevistas; e finalmente a exibição das matérias, que acontece com a apresentação ao vivo do jornal.

Todas essas etapas de produção têm a participação de diversos profissionais que atuam de maneira especializada, dentro de um caráter industrial de “linha de montagem”. Seu gerente de jornalismo, Duílio Fabbri, justifica este tipo de sistema de trabalho afirmando que permite a aceleração da produção das notícias no sentido de minimizar o tempo entre a ocorrência dos fatos e sua cobertura pela mídia. Ele salienta que, hoje, a velocidade do veículo de comunicação é um dos critérios para a manutenção da audiência³². Operando nesta lógica, a emissora ainda possui unidades móveis de transmissão ao vivo (são três unidades na EPTV Campinas), que permitem a exibição de eventos e entrevistas em tempo real, em localidades distantes do estúdio da emissora.

³⁰ Aborda temáticas como receitas culinárias, programação cultural entre outros assuntos de interesse humano.

³¹ De acordo com Lima (2004, p.260), a abordagem de assuntos como o entretenimento e agenda cultural são definidos no universo do jornalismo como *soft news*. Já aquelas voltadas para assuntos como política economia e cotidiano são denominadas de *hard news*.

³² Fonte: Entrevista com o jornalista Duílio Fabbri – Gerente de Jornalismo da EPTV Campinas –, realizada em 2004.

Jornal Regional - 2ª Edição. Com vinte minutos de duração (quinze minutos quando subtraído o tempo dos blocos comerciais), esta edição é uma resenha dos fatos do dia, inclusive de esportes, trazendo matérias com duração de dois a três minutos. É dividido em três blocos e possui reportagens produzidas para esta edição, assim como apresenta um resumo das matérias da região que foram destaque na 1ª Edição. Assim 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 nas grades da programação da emissora, de segunda a sábado. A emissora ainda possui outros programas de periodicidade semanal como o “EPTV comunidade”, o “Caminhos da Roça”, o “EPTV Esporte” e o “Terra da Gente”.

O programa “Terra da Gente” é uma produção da EPTV divulgada nacionalmente e comercializada em diversos países e traz matérias com temas voltados para o turismo e o ambiente. São freqüentes matérias com roteiros de viagens a refúgios naturais, nas quais são exibidas imagens de uma fauna exuberante de peixes e pássaros, entre outros animais. Cabe salientar que essas matérias são gravadas em regiões distantes, muito além do alcance do sinal da emissora, como a região norte do país. As imagens e a aventura de viajar por estes ambientes torna-se o principal apelo do programa. É certo que em alguns programas também são levantadas denúncias de degradação dos recursos ambientais, além de mostrar um pouco da realidade social local. Porém, basicamente, parece que a natureza preservada é a principal pauta deste programa. Por ser um programa especial, com uma periodicidade semanal, a sua produção segue um ritmo notadamente diferente do jornalismo diário, trazendo assuntos que não possuem uma conotação factual, como freqüentemente visto nos telejornais, além de enquadrar uma rotina distante da vida urbana da maioria da população. Em maio de 2004, esse programa passou a ser acompanhado pela revista mensal, em que os temas ambientais e os roteiros de viagens são expostos em matérias ricamente ilustradas com imagens de paraísos naturais e fauna diversificada. Esta revista apresenta uma grande quantidade de conteúdo científico relacionado à ecologia. Os assuntos são abordados com maior extensão que nas matérias do programa de televisão.

Todos os programas da EPTV são amplamente divulgados pelo veículo ao longo de sua programação comercial e em chamadas em seus telejornais. O uso de trilhas sonoras e uma rica ilustração com imagens convidam o telespectador a assistir tais programas.

2.3.2.1 EPTV e a Rede Globo

A EPTV é conectada a Rede Globo dentro de uma condição de afiliação. Esse modelo de relação é fundamentado em princípios comerciais e foi a forma implementada pela Rede Globo que possibilitou a consolidação da sua liderança no cenário nacional de comunicação (BAZI, 2001, p.23). Através desse sistema a emissora matriz fornece seu sinal e as afiliadas inserem sua programação em espaços determinados. 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). Iniciada na década de 80, em 1996, essa estratégia da Rede Globo representava 59% do faturamento publicitário da emissora. (BAZI, 2001, p.25). Tal relação se estabelece em toda grade da programação, independentemente se é ou não espaço da programação regional. Através dessa perspectiva, pode-se estabelecer 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 (além dos conteúdos produzidos em seus próprios programas) ao mercado publicitário é vinculada a Rede Globo e a seu conteúdo (figura 11). Essa afirmação é confirmada através da comunicação da EPTV junto ao mercado publicitário, na qual a identidade da emissora se vincula a da Rede Globo (figura 12).

Figura 11 – Peça publicitária da EPTV (EPTV, 2006)

Figura 12 – Peça publicitária da EPTV (EPTV, 2006)

A condição de afiliada faz com que a EPTV promova uma aproximação da Rede Globo com o telespectador e como mercado publicitário local. Devido à presença das notícias locais, o público tem contato com informações da região colada à informação de âmbito nacional, elaborada em um contexto de mídia de massa. A única separação entre a dimensão local e nacional da comunicação é estabelecida pelo horário de apresentação e a identidade dos jornalistas e da cenográfica. A integração entre a comunicação nacional e local na qual se

reconstitui a ‘realidade’ mundial, nacional e regional, de forma mesclada em um só veículo – como ocorre com as emissoras regionais afiliadas da Rede Globo –, conduz para a hipótese de as emissoras regionais como contribuírem para a homogeneização cultural, em vez divulgar e aprofundar cultura local. Essa homogeneização é reforçada pela forma como o telejornalismo local se estrutura para construir os conteúdos regionais, baseando-se no telejornalismo nacional. Na verdade, essa homogeneização ainda reproduz a condição do telejornalismo nacional que, por sua vez, é influenciado por modelos internacionais de comunicação de massa. Essa mescla de informação de âmbitos territoriais distintos elabora um mundo integrado e indistinto, separado por uma linha tênue de espaço; na televisão, essa separação é sentida apenas pelo tempo entre uma notícia e outra.

Uma vez que a programação do veículo se constrói como um todo em torno de uma identidade, ela pode ser apresentada como Rede Globo ou EPTV. Uma significa a outra. Tornam-se indistintas para o público regional, na medida em que se expressam em linguagem semelhante e de forma integrada em um mesmo veículo. A distinção percebida entre o telejornal da EPTV corresponde ao fato em sua condição espacial (regional), pois quando a EPTV transmite o seu telejornal, insere os fatos relativos à região. O que acaba por integrar o regional, o nacional e o mundial é o tipo de comunicação estabelecido em todas estas dimensões, já que o padrão da EPTV se estrutura a partir daquele da Rede Globo, tendo apenas como pano de fundo o gênero telejornal.

Assim se estruturou um telejornalismo na Rede Globo que apresenta fragmentos de ‘realidade’, em diferentes esferas regionais, sob uma perspectiva mundial, por estimular o pensamento homogêneo em todas as esferas, como ocorre na mídia de massa em outros gêneros.

2.3.2.2 Identidade e Ideologia da Rede Globo

A partir da possibilidade dessa indistinção entre Rede Globo e EPTV, qual a relação que a EPTV busca estabelecer com sua audiência?

Da mesma forma que o veículo disponibiliza as informações como mercadorias, ele também se insere como mercadoria na programação televisiva, vinculando-se a signos que são utilizados para elaborar mensagens sobre sua identidade para o telespectador. Tal condição é evidenciada nas vinhetas³³ de identificação da Rede Globo, exibidas em vários momentos da programação. As vinhetas visam identificar a emissora perante a audiência, criando e/ou associando idéias sobre o veículo. Essas vinhetas são portadoras de mensagens que definem a imagem do veículo e seus valores. Essa possibilidade é descrita por Petrini (2004) da seguinte forma:

As vinhetas, inseridas na categoria dos signos imagéticos, possuem muitas qualidades e peculiaridades comunicativas e, da complexa variedade de signos que formam o espaço televisivo, as imagens são um universo muito amplo de possibilidades de comunicação, podendo revelar inúmeras mensagens (PETRINI, 2004, p.125).

Sobre as vinhetas da Rede Globo, Petrini define um caráter ideológico na medida em que

As vinhetas e aberturas da Globo, moldadas em forma de propaganda institucional, procuram persuadir as pessoas a gostarem de seus produtos e serviços, veiculando não só informações, entretenimento e propagandas, mas difundindo ideologias. Elas são as embalagens para os programas e a publicidade veiculadas na emissora (PETRINI, 2004, p.128).

A ideologia que se propaga através das vinhetas da Rede Globo, pela análise de Petrini, entre outras considerações, levanta o culto ao consumismo e ao pensamento dominante. Nas palavras desse autor:

As vinhetas se revelam ideológicas à medida que se estruturam por códigos como a combinação de cores, ritmos, conteúdos das mensagens, elementos que se ligam ao ufanismo, ao entretenimento, ao apelo consumista e à afirmação do pensamento dominante (PETRINI, 2004, p. 129).

A Rede Globo integra essa condição quando posiciona sua programação como produto para ser consumido. O apelo da marca Rede Globo é disponibilizar aquilo que o telespectador quer ver. A afinidade de gosto com o telespectador se estabelece na condição de exibição daquilo que, supostamente, se espera ver na televisão. Nessa condição, cria-se uma relação na qual a Rede Globo se coloca como reflexo da estética e da ideologia do telespectador. Tal conotação é

³³ Uma definição aceitável de vinheta pode ser: “peça de curta metragem, constituída de algum tipo de signo ou representação, composta de elementos imagéticos, sonoros e mensagem de expressão verbal, usada com fim informativo, decorativo, ilustrativo, de remate, de chamada, de passagem, de identificação institucional e de organização do espaço televisivo, etc” (PETRINI, 2004, p.124-125).

reforçada na propaganda da identidade do veículo, através de seus *slogans*. Um deles, que foi ao ar durante os anos 90 em diversos intervalos da programação, e que perdura na mente dos telespectadores, é o seguinte: “Globo e você, tudo a ver!”. A relação de afinidade da emissora com o telespectador é direta nessa afirmação. Essa mensagem ainda persiste no *slogan* atual, em que é dito: “Globo, a gente se vê por aqui!”. Nesse *slogan* também é evidente a conotação de reflexo do telespectador, que é convidado a se ver através da programação da emissora. De fato, a Rede Globo, por meio das suas emissoras regionais, cria uma programação que representa as várias esferas da informação, conforme discutido no item anterior, reforçando a idéia de identidade com o telespectador, que tem acesso a informações de sua região mescladas com outras disponíveis no veículo. Dessa forma, esse caráter de identidade com o telespectador na mensagem da vinheta da Rede Globo evidencia a importância das emissoras afiliadas como fator de aproximação como a audiência regional.

As vinhetas também carregam mensagens ao estabelecerem uma série de representações e associações a símbolos do mundo concreto. Nessa perspectiva, poderiam ser estabelecidas várias correlações entre as imagens das vinhetas e seus significados em um trabalho mais extenso sobre esse tema em específico, e que possibilitaria a elaboração de uma análise mais abrangente das relações da mídia de massa com o público. Porém, neste estudo serão citadas apenas algumas interpretações das imagens que percebemos e que estabelecem mensagens com o sentido de reforçar a representação da realidade nas vinhetas da Rede Globo, relevando a pertinência do estudo desse tipo de comunicação.

Alguns dos símbolos adotados nas vinhetas associam ao veículo características de reflexo. Dentre eles pode-se citar o espelho, visto na superfície reflexiva da logomarca (figuras 13 e 14). Também chamam a atenção os símbolos ligados ao mundo concreto: o globo mundial, e o olho (visão), que está presente em uma alusão direta (figura 14) na própria logomarca, que encarna estes dois símbolos³⁴. Assim, a Rede Globo é apresentada como elo entre o telespectador e o mundo. Esta é a imagem que a emissora deseja ter. Isso é evidenciado também nos textos que falam sobre a atuação da emissora em sua página de internet institucional, ao afirmarem que

³⁴ A logomarca da Rede Globo pode ser descrita como sendo circular, com um recorte na forma de uma janela ou tela de televisor, com um círculo em seu interior, em uma alusão à pupila de um olho e/ou à esfera terrestre enquadrada na tela do televisor. Quando apresentada em sua forma tridimensional assume a simbologia do globo terrestre.

(...) o compromisso com a identidade Globo está retratado em cada logomarca, vinheta, campanha publicitária ou evento. Hoje, a marca Globo é a lente que perpassa o mundo em busca de imagens do nosso Brasil para a telinha. E é por isso que a gente se vê por aqui (REDE GLOBO, 2006).

Figura 13 – Sequência de imagens da vinheta da Rede Globo. EPTV, jul. 2005

Figura 14 – Sequência da vinheta de identidade da Rede Globo do início da década de 90. Brazil, Muito Além do Cidadão Kane (Filme Direção: Simon Hartog, Duração: 93 min. Produção: Channel Four), 1993

Na figura 12, a superfície da logomarca é, em um primeiro momento, transparente frente ao mundo concreto (representado pela foto do Rio de Janeiro), para depois se tornar reflexiva como espelho no final da vinheta. A transparência e a reflexão são associados à logomarca da Rede Globo talvez como atributos que a empresa quer transmitir ao telespectador. A empresa afirma essa condição de transparência e reflexão na sua página institucional na Internet, onde reconhece a TV como espelho do país. “No espelho onde o país se vê todos os dias, uma janela mostra o mundo com as cores do Brasil. Esse veículo se chama televisão. Essa é a nossa missão” (REDE GLOBO, 2006). Ainda através da mesma comunicação institucional fica claro que o reflexo do país não é passivo por parte da emissora, mas ativo na construção da realidade, afirmando que:

Um piscar de olhos. Tempo suficiente para ter uma idéia, começar um novo projeto, fazer diferente. Tempo também para enxergar novos ângulos e transmiti-los, para projetar o futuro na telinha. Um trabalho desenvolvido diariamente na Globo, desde a sua fundação, em 1965 (REDE GLOBO, 2006).

A projeção do futuro que é referida no texto da empresa indica a consciência do seu potencial na construção da realidade, declarando o seu grande poder de transformação social. Lembrando ainda que a idealização do futuro que se imprime na comunicação não é fruto do reflexo do país, mas a representação interessada de uma empresa de comunicação privada que possui uma grande audiência em todo o território nacional.

De qualquer forma, a natureza privada da Rede Globo implica na veiculação das mensagens de patrocinadores. As publicidades estão presentes nos intervalos, assim como nos próprios programas, que em grande parte procuram ocupar a mente dos telespectadores com marcas, produtos e ideologias que sustentem o consumo, conforme discutido anteriormente (item 2.1.2). Dessa forma, por atingir um grande público e propagar mensagens de forma ampla na sociedade, as vinhetas da Rede Globo acabam por criar uma imagem da emissora não só para os telespectadores como também para os anunciantes, explicitando o papel de elaboração da realidade como argumento para efetivar a venda do espaço publicitário.

Contudo, as vinhetas institucionais da Rede Globo são passíveis de estudos mais profundos que fogem do objetivo do presente trabalho. O que interessa para esta análise é a inserção da EPTV nessa mesma condição ideológica, a partir da sua relação contratual estabelecida com a Rede Globo, que define a orientação do veículo. Assim, fica a indicação de que existem mensagens associadas às vinhetas que relacionam o veículo com o poder, o mercado e o público.

2.3.3 Análises Quantitativas

Neste tópico foram contabilizados o espaço, as categorias de matérias e as fontes de informações declaradas. Também foram realizadas correlações entre os parâmetros para gerar dados interessantes para este trabalho. A categorização dos dados foi elaborada a partir das observações dos padrões presentes nas notícias, que serão discutidos a seguir.

2.3.3.1 Temas destacados no telejornal

Depois de realizar o inventário dos programas gravados, a primeira preocupação foi elaborar categorias temáticas que pudessem revelar as prioridades editoriais do telejornal em questão. Após a observação de padrões, foram estabelecidas 15 categorias temáticas para classificação das matérias destacadas, conforme descrição a seguir:

- a) Economia: São retratados diferentes assuntos sob o ponto de vista da economia, analisadas diversas atividades industriais, comerciais e de serviços presentes, ou que possuem algum impacto na região.
- b) Segurança: São explorados, principalmente, os fatos relacionados às ocorrências policiais e também as características dos municípios em relação à segurança.
- c) Esporte: É retratada a agenda e os resultados dos atletas e das equipes da região.
- d) Meio ambiente: são matérias que buscam retratar ou relacionar o contexto ambiental às condições – físicas, biológicas, econômicas, sociais, culturais, etc.
- e) Política: São agrupadas matérias que centralizam o discurso em questões legais e também, aspectos público-administrativos.
- f) Saúde: São os fatos relacionados às ações das secretarias de saúde dos municípios como também um levantamento de ocorrência de doenças, de problemas relacionados ao atendimento de pacientes e tratamentos diferenciados disponíveis na região.
- g) Direito do consumidor: São levantados os aspectos legais da relação comercial do ponto de vista do consumidor.
- h) Ciência e tecnologia: São agregadas as matérias que abordam resultados de pesquisas das Universidades e dos Centros de Pesquisa da região.
- i) Habitação³⁵: São abordados os problemas e critérios de construção em áreas de habitação.
- j) Transporte: São relatadas as condições das estradas da região, as recomendações quanto à manutenção de veículos e os aspectos da região em relação ao transporte (cargas, transporte público, etc).
- k) Arte e cultura: Cobertura e agenda dos eventos culturais da região.

³⁵ Esta temática tem uma baixa ocorrência como destaque. Tanto que nas figuras 14 e 15 aparece contabilizada como outros, juntamente com as matérias que não se encaixaram em nenhuma outra categoria. Mesmo assim, essa categoria é assinalada, visto que aparecem matérias selecionadas para análise dentro desta classificação.

- l) Educação: São os fatos relacionados às instituições de ensino como prazos de inscrição, eventos educativos. Também descreve os problemas relacionados à educação formal.
- m) Mercado de trabalho: São informadas as oportunidades de trabalho na região e as análises das atividades econômicas do ponto de vista da geração de empregos.
- n) Agricultura: São descritos fatos relacionados à produção agrícola, como a ocorrência de pragas, conservação do solo, etc.
- o) Desastre ambiental: Essa temática acabou por ser representativa por ocasião do tornado que causou grande destruição no município de Indaiatuba e Capivari, ocupando grande espaço do telejornalismo, com uma repercussão que durou mais de uma semana.

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 programa³⁶. Para revelar as tendências temáticas no telejornal em questão, foram classificadas e levantadas as temáticas anunciadas no início do jornal, durante o período estudado (tabela 11).

Tabela 11 – Ocorrência das temáticas abordadas 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 aparece anunciada no início do Jornal Regional.

³⁶ Fato constatado em entrevista com o gerente de jornalismo da EPTV, Duílio Fabbri, em 4 de abril de 2006. Segundo ele, as matérias escaladas para exibição são anunciadas no início do programa.

Na elaboração das notícias é considerado o interesse do público, pois o alto índice de audiência é um importante parâmetro para a venda do espaço comercial (MARCONDERS FILHO, 1989). Assim, a escolha da temática acaba acompanhando esse interesse. O valor atribuído às notícias tende a criar um maior ou menor interesse por determinadas temáticas. Em geral, temas relacionados à economia são mais frequentes quando consideradas as duas edições do telejornal. Porém, quando analisadas as duas edições separadamente, verificam-se diferenças (figura 15 e 16).

Figura 15 – Temáticas em destaque no JR 1ª edição durante o período de 20 de março a 19 de junho de 2005

Figura 16 - Temáticas em destaque no JR 2ª edição durante o período de 20 de março a 19 de junho de 2005

Essas diferenças parecem ser consequência das características particulares de cada edição do telejornal descritas anteriormente (item 2.3.2). Os dados indicam que, enquanto a 1ª edição tende a cobrir as temáticas de forma mais diversificada – mesmo com uma maior concentração de matérias de economia (figura 15) –, a 2ª edição parece se concentrar principalmente em 5 temáticas (figura 15): esporte, segurança, economia, política e arte e cultura.

Cabe salientar que a temática esporte ocorre na sua quase totalidade durante o EPTV 2ª Edição, quando as notícias esportivas são agregadas ao telejornal. Na primeira edição, há pequena ocorrência de matérias esportivas, visto que nessa faixa de horário o programa Globo Esporte tem um bloco dedicado às matérias regionais, que são apresentadas pela EPTV. Dessa forma, vê-se que o tema esporte surge na segunda edição do telejornal com maior destaque, seguido por temas como segurança, economia e política. A hierarquização das notícias se dá diferentemente na 1ª e na 2ª edição do telejornal (figura 15 e 16). De qualquer forma, a temática ambiental tem pouco destaque, sendo mais frequente no EPTV 1ª Edição.

Também é importante assinalar que a escolha temática diz muito sobre como o veículo opta por enquadrar suas matérias. A EPTV tende a focar a perspectiva econômica e social dos fatos de forma marcante, pois destaca esses temas com maior frequência. A perspectiva ambiental dos fatos se torna menos perceptível através dos destaques.

2.3.3.2 Matérias que representam a água em seu conteúdo

Dos três meses pesquisados (79 dias, com cerca de 65 horas e 50 minutos de material produzido, considerando uma programação de 50 minutos diários³⁷), foram selecionadas 35 matérias para análise, totalizando 1 hora e 34 minutos e 15 segundos de material (tabela 12), o que corresponde a aproximadamente 2,39% do tempo de programação veiculada durante o período analisado. O tempo médio por matéria é de 2 minutos e 42 segundos.

As matérias foram identificadas através da definição do assunto tratado. Porém, a definição da categoria considerou a matéria em sua íntegra e não o título mencionado na tabela, mesmo que o título fosse resultado da simples transcrição do texto de apresentação narrado pelos jornalistas. Ou seja, a escolha da categoria na qual uma determinada matéria se encaixa é resultado da análise do conteúdo do texto e das imagens, considerando-se a sua principal temática.

Tabela 12 – Matérias selecionadas para análise

(continua)

Matéria	Data	Tempo	Temática	Tipo de conteúdo*
1. Denúncia de ocupação de áreas de preservação ambiental.	04/05/05	0:03:00	Meio ambiente	Estritamente factual
2. Consumidores vão receber relatório da qualidade da água.	05/05/05	0:03:00	Direito do consumidor	Estritamente factual
3. Nova determinação do governo do Estado para quem usa fontes alternativas de água.	11/05/05	0:03:00	Política	Estritamente factual

³⁷ Os 50 minutos refletem a duração aproximada do telejornal em suas duas edições diárias, descontando-se os comerciais. Assim, foram verificados 35 minutos para a primeira edição e 15 minutos para a segunda edição, a partir da observação de uma semana de programação.

Tabela 12 – Matérias selecionadas para análise

(continuação)				
Matéria	Data	Tempo	Temática	Tipo de conteúdo*
4. IBGE divulga o perfil dos municípios na defesa do meio ambiente.	13/05/05	0:01:10	Meio ambiente	Estritamente factual
5. Estratégia para evitar o desabastecimento de água.	19/05/05	0:02:35	Política	Estritamente factual
6. Atrações do programa “Terra da Gente” (mudança no curso de um Rio em Minas Gerais)	28/05/05	0:01:10	Meio Ambiente	Autopromoção
7. Identificação de espécie de inseto em mata urbana.	28/05/05	0:01:40	Ciência	Estritamente factual
8. Crianças aprovam a importância da preservação.	30/05/05	0:05:30	Meio Ambiente	Especial
9. Qualidade e disponibilidade de água potável.	31/05/05	0:04:25	Meio ambiente	Especial
10. Reciclagem do lixo.	31/05/05	0:05:00	Meio ambiente	Especial
11. Tratamento de esgoto.	01/06/05	0:05:00	Meio ambiente	Especial
12. Sítio ecológico.	01/06/06	0:05:30	Meio ambiente	Especial
13. Consumo consciente.	02/06/05	0:04:00	Meio ambiente	Especial
14. Iniciativas em indústria para diminuir poluição e desperdício.	03/06/06	0:05:00	Meio ambiente	Especial
15. Aumento da tarifa de água em Limeira	06/06/05	0:00:43	Economia	Estritamente factual
16. Falta água em novos condomínios.	09/06/05	0:02:00	Habitação	Estritamente factual
17. Contaminação do solo e da água subterrânea.	10/06/05	0:04:10	Meio ambiente	Estritamente factual
18. Manual que ajuda economizar água.	13/06/05	0:03:00	Habitação	Estritamente factual
19. Pátio municipal em área de preservação ambiental.	17/06/05	0:02:20	Política	Estritamente factual
20. Audiência pública – caso Mantovani.	21/06/05	0:01:30	Meio ambiente	Estritamente factual
21. Contaminação de aterro Mantovani – audiência pública.	21/06/05	0:02:50	Meio ambiente	Estritamente factual
22. Erosão em áreas urbanas.	21/06/05	0:03:45	Meio ambiente	Estritamente factual
23. Falta de água devido à manutenção da SABESP	22/06/05	0:02:50	Direito do Consumidor	Estritamente factual
24. Carros continuam no pátio localizado em área de preservação.	22/06/05	0:01:55	Política	Estritamente factual
25. Abastecimento continua comprometido em Paulínea, Hortolândia e Monte Mor.	23/06/05	0:00:50	Direito do Consumidor	Estritamente factual

Tabela 12 – Matérias selecionadas para análise

					(conclusão)
Matéria	Data	Tempo	Temática	Tipo de conteúdo*	
26. Mapeamento do uso do solo no Estado de São Paulo.	27/06/05	0:03:15	Ciência	Estritamente factual	
27. Atrações do programa “Globo Repórter” produzido pela EPTV (desmatamento na Amazônia)	01/07/05	0:01:30	Meio Ambiente	Autopromoção	
28. Atrações do programa “Globo Repórter” produzido pela EPTV (desmatamento na Amazônia) (reprise)	01/07/05	0:01:30	Meio Ambiente	Autopromoção	
29. Lançamento do CD com a trilha sonora do programa “Terra da Gente”	04/07/05	0:00:50	Arte e cultura	Autopromoção	
30. Lançamento do CD com a trilha sonora do programa “Terra da Gente” (reprise)	04/07/05	0:00:50	Arte e cultura	Autopromoção	
31. Lançamento do CD com a trilha sonora do programa “Terra da Gente” (cobertura do evento)	05/07/05	0:04:40	Arte e cultura	Autopromoção	
32. Redução de poluentes na indústria	06/07/05	0:02:07	Meio ambiente	Estritamente factual	
33. Pesquisa desenvolve técnica de controle ambiental de lagos.	13/07/05	0:00:30	Ciência	Estritamente factual	
34. Atrações do Programa “Terra da Gente” (Pesca no Rio Cururu)	16/07/05	0:01:10	Meio ambiente	Autopromoção	
35. Aumenta a produção de água mineral no Estado	19/07/05	0:02:00	Economia	Estritamente factual	
Tempo total		1:34:15			

Nota: * Os tipos de conteúdo são categorias que estão detalhadas no item 2.3.3.3 desta dissertação.

A distribuição das matérias ao longo do tempo mostra o aparecimento de um pico na Semana do Meio Ambiente – 30 de maio a 4 de junho de 2005, presente na figura 17, entre a sexta e sétima semanas observadas – quando o tema ambiental ganhou apelo para publicação. A EPTV apresentou matérias especiais durante essa semana, abordando temáticas como a qualidade do ar, da água, reciclagem de lixo e exemplos de preocupação ambiental por parte de indivíduos e de empresas.

Figura 17 – Distribuição do tempo das matérias ao longo das semanas analisadas

Em todas as matérias selecionadas a água apareceu retratada em diversas temáticas. Todas as inserções continham em seu texto referências à água. Essas matérias traziam a água como assunto principal ou compondo a narrativa da matéria, justificando ou sustentando a argumentação (figura 18).

Figura 18 – Presença da água como assunto principal nas matérias selecionadas para análise

Mesmo quando se propunham a falar de outros temas, as matérias selecionadas retrataram a água nos assuntos.

Através da figura 19 fica clara a maior representação da água na temática meio ambiente, mostrando o seu apelo ambiental na pauta do telejornalismo da EPTV.

Figura 19 – Somatória do tempo das matérias selecionadas por temática

2.3.3.3 Categorias das matérias quanto ao tipo

Assim como o jornal impresso possui categorias de conteúdo expressas através de diferentes cadernos e colunas temáticas, os telejornais também elaboram categorias, que estão presentes nos padrões de conteúdo, nas fontes, e no tratamento estético³⁸ dado às matérias.

³⁸ O tratamento estético mencionado nada mais é que os cuidados quanto ao tipo de imagens, a presença de trilhas sonoras (músicas ou o próprio som do ambiente no qual o fato se desenrola). A elaboração de artes gráficas para expressar dados de fontes diversas ou ainda, para tornar mais perceptível a presença de uma seção, quando são empregadas como vinhetas de abertura.

No jornal impresso as notícias são organizadas em um espaço previamente classificado (caderno de economia, esportivo, cultural, etc.), direcionando o tipo de narrativa. Na maior parte das vezes, o telejornal possui uma distinção muito tênue dessas categorias. No caso do telejornal da EPTV, é comum serem veiculadas notícias de esporte, de economia, entre outras temáticas, dispersas e sem qualquer diferenciação expressa. Mas existem quadros fixos semanais na primeira edição do Jornal Regional, a exemplo dos quadros de culinária, e agenda cultural. Contudo, também foram identificadas distinções recorrentes na forma como o telejornal aborda a notícia, diferenciando-se das matérias. Essas distinções relacionam o objetivo – mercadológico ou jornalístico – que, aparentemente, o programa tinha em vista ao selecionar e produzir uma determinada matéria. Com esses diferenciais em mente foram elaboradas categorias que agrupassem as diversas matérias selecionadas, buscando um padrão de tipos de conteúdo no discurso do telejornal. Os tipos de matérias foram denominados como estritamente factuais, especiais e de autopromoção.

As matérias estritamente factuais se atêm à cobertura de fatos ou suas repercussões e desdobramentos. Relatam aspectos legais, denúncias, eventos sociais, etc. É a principal categoria do telejornal, pois as matérias que se enquadram neste perfil são as mais numerosas e ocorrem de forma ordinária, como simples narrativas de fatos.

As matérias especiais são aquelas elaboradas a partir do interesse em retratar uma temática de forma mais elaborada. Elas possuem maior duração, além de uma elaboração mais cuidadosa em sua edição de imagens e áudio, sendo comum conterem trilhas sonoras musicais. Geralmente documentam ações, iniciativas de grupos ou indivíduos em torno de uma temática específica. Na maioria das vezes, são motivadas por um apelo como datas comemorativas ou como fato extraordinário ou espetacular. Não têm compromisso em relatar aspectos legais ou partes interessadas na temática, limitando-se aos aspectos presentes na história documentada e em seus atores. Normalmente são exibidas no final do Jornal Regional 1ª Edição.

Finalmente, as matérias de autopromoção também são comuns nos telejornais da EPTV, ao promoverem as suas próprias produções na grade da programação da emissora, assim como os seus produtos, ações e prêmios obtidos.

Essas três categorias definem não só um padrão de comunicação presente na EPTV, mas também explicam de forma mais clara a presença de mensagens relativas à água no telejornal, como veremos a seguir, na análise individual de cada categoria.

A partir da definição dessas categorias é possível estabelecer uma relação entre os tipos de matéria selecionadas e as temáticas nas quais a água é representada (tabela 13). Nessa relação é possível verificar que as matérias estritamente factuais são as mais frequentes no telejornal. Mesmo assim, as matérias especiais possuem destaque, já que todas foram ao ar durante um curto espaço de tempo, na Semana do Meio Ambiente. As matérias especiais também possuem um tempo médio de duração bastante superior às factuais – as matérias estritamente factuais, especiais e de autopromoção duram em média, respectivamente, 2 minutos e 18 segundos, 4 minutos e 55 segundos e 1 minuto e 40 segundos – o que, em tese, permitiria uma abordagem mais profunda dos temas.

As matérias de autopromoção aparecem com menor frequência e com um tempo médio menor que os outros tipos de matérias, porém, são importantes para a análise, revelando mensagens nas quais a água é associada à imagem das produções da emissora, como veremos mais adiante.

Tabela 13 – Relação entre a temática e o tipo de conteúdo das matérias selecionadas para análise

Tipos de matérias Temas	Estritamente Factual		Especial		Autopromoção		Total
	%	Tempo (h:mm:ss)*	%	Tempo (h:mm:ss)	%	Tempo (h:mm:ss)	(h:mm:ss)
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 consumo	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.

2.3.3.4 As fontes das notícias

As matérias analisadas apresentam como fontes relatos de autoridades, especialistas, populares, notas de assessorias de imprensa, assim como dados bibliográficos. Aqui foram consideradas como fontes aquelas pessoas que são apresentadas por meio de legendas, como representantes de uma instituição social ou mesmo cidadãos comuns (tabela 14), dados ou citação textual dos jornalistas.

As fontes que se referem aos depoimentos de pessoas identificadas através da legenda como moradores, ou mesmo pela atividade que desempenham, como costureira, pedreiro, etc, foram classificadas como “cidadão comum”. A opinião desses cidadãos comuns sobre os fatos é levantada como relatos isentos e legitimadores da argumentação produzida na notícia. Algumas atividades como a de engenheiro, professor, pesquisador, agricultor e estudante foram discriminados por agregarem significado ao discurso, pois são pessoas que exprimem opiniões e apresentam conteúdo informativo.

Os dados mostram a predominância do poder executivo como fonte das matérias (tabela 14). Isso torna clara a tendência de definir o governo como portador das informações relativas ao fato. Essa predominância ocorre de forma marcante nas matérias de conteúdo estritamente factual que se limitam a expor um evento. Assim, a versão oficial do fato representado acaba por ter uma grande importância nas matérias de caráter estritamente factual.

Tabela 14 – Ocorrência* de fontes das matérias analisadas por tipo de conteúdo.

(continua)

Fontes \ Tipos de matérias	Estritamente factual	Especial	Autopromoção	Total
Governo: Poder Executivo	19	2	-	21
Cidadão comum	11	1	1	13
Pesquisadores	5	-	-	5
Setor privado	6	1	1	8
Professor	-	2	-	2
Agricultor	2	1	-	3
Engenheiro	1	1	-	2
FIESP	2	-	-	2
IPT	1	-	-	1
ONG	4	-	-	4

Tabela 14 – Ocorrência* de fontes das matérias analisadas por tipo de conteúdo
(conclusão)

Fontes \ Tipos de matérias	Estritamente factual	Especial	Autopromoção	Total
Ambientalista	2	-	-	2
Associações	1	-	-	1
Estudante	-	2	-	2
Governo: Poder judiciário	-	1	-	1
Governo: Poder legislativo	1	-	-	1
IBGE	1	-	-	1
Sindicatos	1	-	-	1
Outros	1	-	2	3

Nota: *Refere-se a pelo menos 1 citação por matéria.

Por se tratar de um telejornal de alcance regional, a maioria das matérias apresenta fontes oriundas do poder executivo municipal, através das secretarias do meio ambiente, obras, departamento de água e esgoto, ou mesmo 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”. Com essa pesquisa, procurou levantar a postura parcial da mídia na retratação dos fatos sob o ponto de vista da administração pública, em detrimento de outras fontes.

Por outro lado, as matérias especiais elaboradas para a Semana do Meio Ambiente não se mostraram concentradas em um tipo de fonte. Elas reportaram perspectivas de pessoas ou empresas, e procuraram destacar exemplos de conduta positiva em relação ao meio ambiente.

Quando analisadas as fontes em relação à temática abordada nas matérias (tabela 15) é verificada a presença das fontes oficiais (Estado) como as de maior ocorrência, deixando a clara impressão que existe a tendência de o telejornal descrever o fato a partir das versões do poder público. Na temática “meio ambiente”, a posição do Estado é nitidamente maior quando o comparamos com outras fontes que poderiam contribuir na elaboração de uma notícia na qual diversos pontos de vista estariam representados. Uma presença maior da opinião de especialistas (profissionais de várias áreas do conhecimento), assim como de lideranças da sociedade, contribuiria na qualidade da discussão das questões ambientais como um todo.

Tabela 15 – Ocorrência de fontes das matérias analisadas por temática

Fontes	Meio ambiente	Política	Direito do consumo	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

É importante esclarecer que a presença de fontes oficiais não prejudica o conteúdo da informação das matérias, pois reporta a posição do Estado e seus mandatários. Porém, também é importante que se realize nas matérias a análise dos fatos, de forma a possibilitar um maior critério na verificação da realidade. Por outro lado, a valorização da fonte oficial cultiva uma passividade por parte do restante da sociedade que, em última análise, é a razão da existência do Estado.

Dessa forma, na ausência de outras fontes, a versão oficial e a visão do veículo sobre o tema prevalecem, visto que a perspectiva do telejornal está expressa na matéria estruturada por regras de edição e pressupostos dos profissionais da comunicação envolvidos nas atividades de produção da notícia. 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 esses dois atores: o Estado e o veículo.

2.3.4 Análise qualitativa

Na análise quantitativa foram estabelecidas considerações sobre o conteúdo das matérias selecionadas que definiram as temáticas e os tipos de matérias que revelaram os discursos predominantes em relação à água, durante o período analisado. Já na análise qualitativa, além dos aspectos gerais do programa, serão levantadas as relações entre as categorias quantificadas anteriormente com as mensagens que elas carregam em seus textos e imagens.

2.3.4.1 Aspectos gerais da apresentação do telejornal

As duas edições do Jornal Regional seguem um padrão semelhante ao dos demais telejornais da Rede Globo. A tênue distinção é presente em características como o cenário e a identidade dos apresentadores.

O cenário tem características que funcionam como símbolos que estabelecem uma relação entre as notícias, o veículo e o público (figura 20). Nele estão presentes fotografias aéreas de paisagens que representam um rio e uma rodovia. Também compõe o cenário um monitor de televisão por onde as imagens de repórteres e suas fontes de informação são exibidas, além da tradicional mesa na qual os apresentadores se posicionam.

Figura 20 – Imagens do estúdio do Jornal Regional 1^a e 2^a Edição, durante o ano de 2005

A fotografia de uma paisagem rural com um rio em posição central, ao lado de outra fotografia de uma grande rodovia, funcionam como símbolos aos quais o telejornal quer se associar. Dessa forma, o Jornal Regional da EPTV considera a água, representada na figura do rio, como um componente importante de representação da natureza e da condição rural. Ao

mesmo tempo a rodovia sugere o desenvolvimento econômico e a urbanização. Por essa perspectiva, as fotografias do cenário estabelecem a relação de identidade da EPTV com a região, reconhecendo aspectos relacionados ao meio rural e à natureza, assim como aqueles relacionados à economia e ao cotidiano urbano.

Um outro elemento comum do telejornal é a mesa ou bancada, que separa e determina os papéis de poder na relação apresentador e telespectador. O apresentador aparece atrás da mesa como o especialista autorizado em sua função, da mesma forma que um médico ou um advogado desempenham suas atividades em seus consultórios e escritórios, determinando uma relação na qual o telespectador tende a ser menos conhecedor das informações relatadas. O monitor de TV é outro elemento que aparece no cenário, funcionando como o meio de acesso em tempo real aos acontecimentos que o telejornal retrata. Também é dada importância à aparência pessoal dos apresentadores do telejornal. Tal como em outros telejornais, os apresentadores do Jornal Regional se trajam de forma a refletir o *status* social daquele espaço. É comum o uso de ternos pelos homens e *tailleur* pelas mulheres; trajes que, na sociedade ocidental, comumente identificam executivos e autoridades em sua rotina de trabalho. Todos esses adereços presentes na cenografia e na apresentação dos jornalistas refletem a preocupação com a identidade do gênero telejornal, como também com a credibilidade das suas notícias.

É assim que as notícias são apresentadas no estúdio. Um ambiente onde as reportagens ganham uma introdução que, em geral, define a importância do assunto através dos comentários dos jornalistas, sendo alguns poucos espontâneos e outros, leituras de textos escritos na preparação do telejornal.

2.3.4.2 Análise qualitativa das matérias selecionadas

As matérias selecionadas foram analisadas conforme a classificação nas categorias de tipo (estritamente factual, especial e de autopromoção). Esta organização nos possibilitou condensar os discursos semelhantes e recorrentes, facilitando a análise.

Análise das matérias estritamente factuais

As matérias estritamente factuais representam a maior parte do material selecionado (51,11% do tempo selecionado). Possuem as características dominantes do telejornal; isto é, a enunciação de fatos do cotidiano. A maioria das temáticas está presente nesta categoria. Elas aparecem na seguinte ordem decrescente de ocorrência: meio ambiente, política, direitos do consumo; ciência e tecnologia; habitação e economia.

a) Matérias estritamente factuais com temática de meio ambiente

Essas matérias (tabela 16) possuem como característica comum o fato de refletirem sobre problemas ambientais relacionados à água na região. Representam cerca de 20% (18 minutos e 32 segundos aproximadamente) do material selecionado para análise. De forma geral, relatam problemas de contaminação da água superficial e subterrânea, contaminação do solo, 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.

Tabela 16 – Matérias estritamente factuais com temática de meio ambiente

Matéria	Data	Tempo
Denúncia de ocupação de áreas de preservação ambiental.	04/5/2005	00:03:00
IBGE divulga o perfil dos municípios na defesa do meio ambiente.	13/5/2005	00:01:10
Contaminação do solo e água subterrânea.	10/6/2005	00:04:10
Audiência pública – caso Mantovani.	21/6/2005	00:01:30
Contaminação de aterro Mantovani – audiência pública.	21/6/2005	00:02:50
Erosão em áreas urbanas.	21/6/2005	00:03:45
Redução de poluentes na indústria	06/7/2005	00:02:07

A seguir será analisada umas dessas matérias.

4 de maio de 2005/ Jornal Regional 2ª edição

A transcrição ilustrada da matéria “Denúncia de ocupação de áreas de preservação ambiental” representa um exemplo da narrativa estritamente factual com temática ambiental (quadro 1). A matéria procura narrar o conflito entre a prefeitura de Americana e ocupantes de imóveis em área de preservação permanente nas margens do rio Piracicaba.

(continua)

Imagens	Texto
<p>(Apresentação: Jornalista Eduardo Lacerda)</p> <p>– Polêmica em Americana: prefeitura quer demolir imóveis construídos em áreas de preservação ambiental, mas entidades ecológicas denunciam: alguns desses terrenos são ocupados por prédios públicos.</p>
<p>(Reportagem: Jornalista Helen Sacconi)</p> <p>– A casa de dona Ângela, nas margens do Piracicaba, é um dos casos de irregularidade contra o meio ambiente.</p>
<p>(Ângela R. – dona de casa)</p> <p>– Desde 71 que eu tô aqui... (corte), (...) eu não sabia; por que eles me trouxeram para cá; eu fiquei....</p>
<p>(Jornalista Helen Sacconi)</p> <p>– De acordo com lei federal, áreas a até 100 metros dos leitos dos rios devem ser preservadas para mata ciliar.</p>

Quadro 1 – Transcrição ilustrada da matéria “Denúncia de ocupação de áreas de preservação ambiental” exibida no Jornal Regional 2ª edição em 4 maio 2005

(continuação)

Imagens	Texto
<p>(Helen Sacconi)</p> <p>– Mas assim como a casa de dona Ângela, a cada ano mais pessoas ocupam esses espaços para ranchos e empresas. O resultado é o desequilíbrio ambiental. Neste trecho é possível ver o fundo do rio. A terra das margens invadiu o leito.</p> <p>(Helen Sacconi)</p> <p>– De acordo com a prefeitura, Americana tem pelo menos 10 áreas de preservação permanente ocupadas de forma irregular, como esta, à margem do Piracicaba. A Secretaria do Meio Ambiente levou o caso ao Ministério Público e também à Polícia Federal. O objetivo é conseguir a reintegração de posse destas áreas.</p>
<p>(Victor Chinaglia Júnior – Secretário do meio ambiente de Americana)</p> <p>– Se não houver documentação que comprove a sua legalidade, tanto no município como junto aos órgãos estaduais que são pertinentes ao assunto, ele vai ter que se retirar e vai ter que destruir o imóvel.</p> <p>(Helen Sacconi)</p> <p>– Celso, responsável por este rancho há 40 anos, diz que por causa do desrespeito os peixes sumiram; o local não é mais o mesmo.</p>

Quadro 1 – Transcrição ilustrada da matéria “Denúncia de ocupação de áreas de preservação ambiental” exibida no Jornal Regional 2ª edição em 4 maio 2005

(continuação)

Imagens	Texto
<p>(Celso – desenhista técnico)</p> <p>– O rio perdeu capacidade de água tanto em volume como em qualidade.</p>
<p>(Helen Sacconi)</p> <p>– Mas ele reclama que a própria prefeitura contribui para o problema.</p>
<p>(Celso)</p> <p>– Para fazer a ponte eles fizeram o desmatamento em cima de área de manancial e de preservação.</p>
<p>(Helen Sacconi)</p> <p>– César Fabiano, presidente do Grupo de Defesa Ecológica da Bacia do rio Piracicaba, em Americana, denuncia que muitas áreas, hoje ocupadas de forma irregular, pertencem à prefeitura.</p>

Quadro 1 – Transcrição ilustrada da matéria “Denúncia de ocupação de áreas de preservação ambiental” exibida no Jornal Regional 2ª edição em 4 maio 2005

(continuação)

Imagens	Texto
<p>(César Fabiano Vilela – pres. ONG Grude)</p> <p>– Inclusive essas fábricas, algumas são tinturarias. Existe o risco do despejo de produtos químicos, incide vazamentos para dentro do leito do rio Piracicaba.</p>
<p>(Helen Sacconi)</p> <p>– Geraldo mostra que até a estação de tratamento de esgoto vai contra a lei do meio ambiente.</p>
<p>(Geraldo B. – Ativista comunitário)</p> <p>– Tem uma nascente aqui, onde foi construída uma edificação que a gente não sabe se é para pesqueiro ou o que é... (corte). Este campo não poderia tá ali, como toda obra, dentro desses 100 metros, não poderia estar!</p>
<p>(Victor Chinaglia)</p> <p>– Na verdade eles não estão irregulares porque eles têm todo licenciamento para atividade. A Estação de Água de Americana, onde nós retiramos a água do município, está tudo licenciado. E com relação às fábricas de Carioba, é um patrimônio histórico do município, e quando há crime ambiental a gente também toma ação, como estamos fazendo ultimamente.</p>
<p>(Celso)</p> <p>– Esta casinha em si não faz, não tem nada que atrapalhe, ela sim ajuda por que sempre tem alguém aqui tomando conta desta área.</p>

Quadro 1 – Transcrição ilustrada da matéria “Denúncia de ocupação de áreas de preservação ambiental” exibida no “Jornal Regional 2ª edição” em 4 maio 2005.

(conclusão)

Imagens	Texto
<p>(Eduardo Lacerda)</p> <p>– O Secretário de meio ambiente também disse que o desmatamento para construção da ponte foi aprovado pelo departamento de proteção de recursos naturais.</p>

Quadro 1 – Transcrição ilustrada da matéria “Denúncia de ocupação de áreas de preservação ambiental” exibida no Jornal Regional 2^a edição em 4 maio 2005

Na apresentação da matéria (quadro 1) que é feita no estúdio pelo jornalista Eduardo Lacerda resume o assunto da seguinte forma:

– Polêmica em Americana: prefeitura quer demolir imóveis construídos em áreas de preservação ambiental, mas entidades ecológicas denunciam: Alguns desses terrenos são ocupados por prédios públicos.

Ao se referir a uma organização que seria a autora das denúncias o jornalista a identifica como ‘ecológica’. Tal adjetivação associa a uma organização social uma expressão de significado técnico e científico. Segundo o dicionário da língua portuguesa Michaelis (COMPANHIA MELHORAMENTOS, 1998) ecológico é adjetivo relativo à ecologia: “parte da biologia que estuda as relações dos organismos com o ambiente, isto é, com o solo, o clima e os outros organismos que povoam determinada zona da Terra”. O emprego da adjetivação “ecológicas”, se referindo a uma organização, quer denotar um sentido ideológico ao qual esta organização se dedica. A aplicação banal e equivocada da palavra ecologia acaba por distorcer o seu sentido original, ao esvaziar o seu significado científico e agregar um sentido de militância política³⁹.

A matéria (quadro 1) e´ gravada às margens do rio Piracicaba e se inicia com a jornalista Helen Sacconi, responsável pela reportagem, com o seguinte texto:

³⁹ Um outro exemplo desse mesmo emprego do termo ecologia se repete na matéria especial de 01 de junho de 2005, que destaca o cotidiano de uma propriedade rural com denominação de “Sítio ecológico”. Ramos (1995) verifica este tipo de distorção do significado de ecologia confirmando que “ao ultrapassar os limites da conceituação científica tradicional, a noção de ‘ecologia’ ganhou uma dimensão mais abrangente, constituindo-se numa representação social de tudo o que se refere à problemática ambiental” (RAMOS, 1995, p.97).

– A casa de dona Ângela, nas margens do Piracicaba, é um dos casos de irregularidade contra o meio ambiente.

Na sequência entra um trecho de uma entrevista com uma suposta moradora (Ângela R. – dona de casa) de área irregular:

– Desde 71 que eu tô aqui... (corte) (...) eu não sabia; por que eles me trouxeram para cá; eu fiquei...

Na sequência, enquanto aparecem imagens do rio e de mata ciliar, retorna a narração da repórter com os seguintes dizeres:

– De acordo com lei federal, áreas de até 100 metros dos leitos dos rios devem ser preservadas para mata ciliar. Mas assim como a casa de dona Ângela, a cada ano, mais pessoas ocupam esses espaços para ranchos e empresas.

A jornalista Helen Sacconi acusa de ocupante irregular a moradora de idade avançada, cuja residência de aparência simples está situada à margem do rio, sem fornecer uma razão cabível de sua permanência na área. Da mesma forma que Ângela R. (figura 21), também é identificado na matéria um outro senhor, de nome Celso (figura 21), que afirma ser responsável há 40 anos por um rancho nas margens do rio.

Figura 21 – Ângela e Celso, identificados como ocupantes de imóveis irregulares em reportagem do JR

Essas duas pessoas identificadas como ocupantes de área irregular na matéria do JR acabam por representar a imagem de contraventores da lei. Não é apresentada nenhuma entrevista com representantes de empresas que possuem imóveis nas margens do rio, como indica o texto da jornalista. Na falta da identidade dessas empresas, acaba por transferir a responsabilidade da ocupação irregular para indivíduos como a Ângela R. e Celso (figura 21), pessoas comuns não vinculadas a grupos poderosos.

A jornalista também se refere a um aumento dessas ocupações. Porém, não são mencionadas razões para esse aumento. Também não é esclarecido o porquê de a prefeitura não ter impedido a ocupação da área, já que é irregular, conforme lei federal.

A citação da lei federal por parte da repórter é uma leitura simplificada⁴⁰ – que acaba por tornar a informação incorreta – do artigo 2º do Código Florestal (artigos. 2º e 3º da Lei Federal nº 4.771/65, alterados pela Lei Federal nº 7.803/89) que arbitra sobre as áreas de preservação permanente – classificação dada as áreas às margens dos cursos d’água. A lei determina diferentes tamanhos de faixas de proteção, variando conforme a largura do curso d’água. Da forma como é definida na lei:

Art. 2º - Consideram-se de preservação permanente, pelo só efeito desta Lei, as florestas e demais formas de vegetação natural situadas:

a) ao longo dos rios ou de qualquer curso d’água desde o seu nível mais alto em faixa marginal cuja largura mínima seja:

1 - de 30 m (trinta metros) para os cursos d’água de menos de 10 m (dez metros) de largura;

2 - de 50 m (cinquenta metros) para os cursos d’água que tenham de 10 (dez) a 50 m (cinquenta metros) de largura;

3 - de 100 m (100 metros) para os cursos d’água que tenham de 50 (cinquenta) a 200 m (duzentos metros) de largura;

4 - de 200 m (duzentos metros) para os cursos d’água que tenham de 200 (duzentos) a 600 m (seiscentos metros) de largura;

5 - de 500 m (quinhentos metros) para os cursos d’água que tenham largura superior a 600 m (seiscentos metros).

b) ao redor das lagoas, lagos ou reservatórios d’água naturais ou artificiais;

c) nas nascentes, ainda que intermitentes e nos chamados "olhos d’água", qualquer que seja a sua situação topográfica, num raio mínimo de 50 m (cinquenta metros) de largura;

d) no topo de morros, montes, montanhas e serras;

e) nas encostas ou partes destas, com declividade superior a 45%, equivalente a 100% na linha de maior declive;

⁴⁰ “(...) a simplificação dos conceitos, que facilita a vida do jornalista, pode comprometer a essência da informação que se quer divulgar” (TRIGUEIRO, 2003, p.78). A simplificação da informação é uma distorção que se repete em grande parte das matérias.

- f) nas restingas, como fixadoras de dunas ou estabilizadoras de mangues;
- g) nas bordas dos tabuleiros ou chapadas, a partir da linha de ruptura do relevo, em faixa nunca inferior a 100 m (100 metros) em projeções horizontais;
- h) em altitude superior a 1.800 m (mil e oitocentos metros), qualquer que seja a vegetação.

Parágrafo único. No caso de áreas urbanas, assim entendidas as compreendidas nos perímetros urbanos definidos por lei municipal e nas regiões metropolitanas e aglomerações urbanas, em todo o território abrangido, observar-se-á o disposto nos respectivos planos diretores e leis de uso do solo, respeitados os princípios e limites a que se refere este artigo (BRASIL, 1989).

Este artigo, através do seu parágrafo único, deixa a cargo dos municípios, e do seu plano diretor, estabelecer os critérios de ocupação nas áreas urbanas. O município também é responsável pela fiscalização, juntamente com o órgão estadual pertinente, que no caso do Estado de São Paulo é o Departamento Estadual de Proteção dos Recursos Naturais (DPRN), vinculado à Secretaria de Meio Ambiente do Estado de São Paulo (SEMA/SP). Dessa forma, a fiscalização das áreas apresentadas na matéria como irregulares já deveria estar em curso desde a publicação do Código Florestal, e sua regulamentação e alterações. Reforçando essa possibilidade de fiscalização, o plano diretor do município de Americana também é outro recurso que o poder público municipal tem para estabelecer os critérios de ocupação e fiscalizar obras. Em relação a este contexto, a matéria do JR não apurou o motivo da fiscalização tardia da Prefeitura de Americana, nem mesmo os motivos que levaram os ocupantes das áreas apresentadas a permanecerem irregularmente. A apuração destes fatos poderia abrir novas questões e mesmo outros responsáveis por negligências em relação ao Código Florestal.

A matéria (quadro 1) também relata denúncias de que a prefeitura ocupa de forma irregular Áreas de Preservação Permanente (APP). São exibidos 2 trechos de entrevistas onde a jornalista Helen Sacconi entrevista dois depoentes – identificados como ativista comunitário e presidente de organização não governamental – que questionam a ocupação da APP por parte da prefeitura e por indústrias têxteis. Na sequência é exibida um trecho de uma entrevista com o secretário de meio ambiente de Americana, Vitor Chinaglia, rebatendo essas acusações, justificando da seguinte forma:

– Na verdade eles não estão irregulares porque eles têm todo licenciamento para atividade estação de água de Americana onde nós retiramos a água do município está tudo licenciado. E com relação às fábricas de Carioba é um patrimônio histórico do

município e quando há crime ambiental a gente também toma ação como estamos fazendo ultimamente.

A reportagem atribui à Prefeitura de Americana, na pessoa do seu Secretário de Meio Ambiente, o poder de fiscalização, ao mesmo tempo em que a identifica a possibilidade de irregularidades na ocupação das APPs. Não há na matéria nenhuma retratação do DPRN sobre a legalidade das ocupações de áreas por parte da prefeitura, indústrias ou demais ocupantes dessas APPs. Fica apenas a posição da Prefeitura através da fala do seu Secretário e também uma última informação registrada pelo Jornalista Eduardo Lacerda no encerramento da matéria, afirmando que:

– O Secretário de Meio Ambiente também disse que o desmatamento para construção da ponte foi aprovado pelo Departamento de Proteção de Recursos Naturais.

Através dessa fala, mais uma vez o JR recorre à Prefeitura de Americana sem considerar a posição do DPRN, que tem poder de arbítrio sobre a legalidade das APPs em Americana.

A matéria também busca relatar a degradação do rio Piracicaba a partir das imagens do local, vinculando essa degradação à ocupação das APPs. Pelo texto da repórter as ocupações das APPs por imóveis são danosas ao meio ambiente. Tal fato fica evidenciado em uma das seqüências (quadro 1) em que são exibidas imagens de uma propriedade identificada como rancho, uma indústria e o rio com bancos de areia visíveis com o seguinte texto narrado pela mesma repórter:

– O resultado é o desequilíbrio ambiental. Neste trecho é possível ver o fundo do rio, a terra das margens invadiu o leito.

A repórter chega a concluir que tal fenômeno – o assoreamento – acontece pela ocupação indevida das margens pelos ranchos e empresas, sem considerar outras possíveis causas como a agricultura e a falta de um planejamento de ocupação das áreas na região. Da forma como é dito, apenas as edificações nas margens do rio respondem pela degradação. A jornalista também busca dar crédito a essa possibilidade através de um outro trecho de entrevista com um dos ocupantes de rancho. Ela relata o que esse ocupante teria dito com as seguintes palavras:

– *Celso, responsável por este rancho há 40 anos, diz que por causa do desrespeito os peixes sumiram, o local não é mais o mesmo.*

Na sequência é exibido um trecho da entrevista onde, supostamente, Celso um desenhista técnico (conforme a identificação da legenda) que ocupa um rancho à beira do rio com as seguintes palavras:

– *O rio perdeu capacidade de água tanto em volume como em qualidade.*

O “desrespeito” referido acima, no texto da jornalista, é atribuído novamente aos casos de ocupação de APPs em Americana. Para entender as responsabilidades dessa degradação do Rio Piracicaba é preciso considerar também outros fatores além da ocupação com edificações de áreas de preservação permanente (APP) ou de reserva legal (RL). O sentido que se estabelece é que a perda da quantidade e da qualidade da água é reflexo apenas da ocupação imobiliária das áreas marginais do rio, sendo omitidos, por exemplo, os lançamentos de efluentes domésticos e industriais, as perdas de vazão pelo consumo de água para uso doméstico, industrial e agrícola, assim como outros tipos de perdas de água.

Os lançamentos de esgoto dos vários municípios da bacia hidrográfica e a agricultura têm um grande impacto na degradação do rio Piracicaba. Piacente (2005) relata a existência de irregularidades ambientais cometidas na produção de cana-de-açúcar, destacando que:

(...) durante as visitas realizadas nas agências regionais da CETESB em Campinas, Limeira, Americana e Piracicaba, os técnicos entrevistados destacaram que é comum a ocorrência de infrações por parte do setor sucroalcooleiro. Desde 1996, com a resolução de nº 66 da Secretaria Estadual do Meio Ambiente, todas as informações, recursos e protelações referentes a autuações sob responsabilidade da CETESB e do DPRN (Departamento Estadual de Proteção aos Recursos Naturais) tornaram-se de conhecimento público (PIACENTE, 2005, p.111).

Nas bacias dos rios PCJ, as Áreas de Preservação Permanentes (APPs) têm sido objeto de muitos projetos de iniciativa pública e privada, restabelecendo a vegetação nativa em áreas antes degradadas pela utilização intensa da agricultura ou outra atividade econômica. Atualmente a atividade canavieira é responsável por um grande passivo ambiental quanto a degradação e ocupação de APPs e RL (PIACENTE, 2005, p.112-113).

(...) as empresa do complexo canavieiro das bacias do PCJ não estão em sintonia com a legislação ambiental, principalmente no que tange à recuperação e preservação de matas ciliares, reservas florestais e áreas de proteção permanentes. Das matas nativas da região restam pequenos fragmentos localizados em áreas pouco agricultáveis e de difícil mecanização. As ações públicas pedindo o ressarcimento de danos e a recomposição de matas são evidências irrefutáveis do descaso desse setor pelo

bem ambiental público e de quanto esses empresários estão infringindo as leis. Quanto à fiscalização do cumprimento da lei, os órgãos oficiais responsáveis, como o DEPRN, a CETESB e a Polícia Ambiental alegam que a falta de pessoal impossibilita uma atuação mais intensa e efetiva no setor (PIACENTE, 2005, p. 114).

De acordo com as afirmações de Piacente (2005), torna-se evidente que a ocupação das áreas marginais do rio Piracicaba e seus afluentes sofre uma grande influência da atividade sucroalcooleira, que ocupa grandes extensões de terra sem que sejam consideradas as legislações como o Código Florestal (figura 22).

Figura 22 – Inexistência de mata ciliar em corpos d'água na região canavieira de Piracicaba/SP (PIACENTE, 2005, p. 117)

A agricultura conduzida nesses padrões de degradação ambiental acaba por gerar efeitos como o assoreamento resultante de grandes volumes de solo, provenientes do processo de erosão das áreas de lavoura, e a contaminação dos rios com agrotóxicos, que são carregados juntamente com o solo e a água da chuva (PIACENTE, 2005).

Outro fator de degradação do rio Piracicaba e seus afluentes são os lançamentos de esgoto doméstico e industrial. Por estar a jusante das demais bacias da região hidrográfica, o rio Piracicaba recebe uma enorme quantidade de esgoto de todos os grandes centros urbanos da região, que no conjunto, recolhe 86% de todo o esgoto doméstico que é produzido, tratando apenas 30% deste total (SÃO PAULO, 2006a).

Além dos lançamentos de esgoto, o rio Piracicaba e seus afluentes sofrem com a exportação de uma quantidade significativa de água de ótima qualidade. Através da transposição

pelo Sistema Cantareira⁴¹, são retirados 31m³/s de água para o abastecimento da região metropolitana de São Paulo (SÃO PAULO, 2004, p.25).

A partir dos dados levantados, verifica-se que a condição de degradação do rio Piracicaba é resultado de fatores mais expressivos que simplesmente “ranchos e empresas”, conforme é evidenciado na matéria. Tanto a omissão como a simplificação da narrativa do telejornal parece ocorrer, a princípio, pelo tempo destinado às matérias, que compromete o tratamento de um determinado assunto, principalmente aqueles que fogem ao senso comum e necessitam de maior contextualização⁴² para que as implicações e causas dos fatos tenham uma maior ressonância na sociedade. Porém, essas distorções também resultam da articulação dos jornalistas que, por sua vez, na busca de tornar o assunto mais compreensível para a maioria dos telespectadores, o interpretam a partir das suas percepções e informações (BOURDIEU, 1997).

A qualidade da informação ambiental – parâmetros corretos para inferências, autoridades que respondem pelo assunto, fatos relacionados ao assunto, material bibliográfico, etc. – tende a ser reflexo do nível de conhecimento dos jornalistas sobre os conflitos ambientais na região. Essa qualidade de informação também pode estar relacionada à omissão de fontes mais apropriadas para o debate do assunto. No caso da matéria em questão, não foi apresentada uma fonte de informação que retratasse a situação do ponto de vista legal dos vários interessados apresentados na matéria. O órgão responsável pela emissão de licenças ambientais – no caso o DPRN – seria a fonte mais adequada e desinteressada para detalhar a condição de regularidade das áreas apresentadas. O DPRN não foi ouvido sobre o assunto.

⁴¹ O Sistema Cantareira é um complexo hídrico composto por 5 barragens de armazenamento de água. Esse sistema foi construído estrategicamente durante a década de 1970, nas cabeceiras dos rios Jacaré, Jaguari e Atibainha. É responsável pela exportação de água de excelente qualidade da bacia do Piracicaba para a região Metropolitana de São Paulo, em que se localiza na bacia do Alto Tietê, aproximadamente 60% da água que abastece a cidade de São Paulo é proveniente da bacia do Piracicaba.

⁴² A falta de contextualização das matérias jornalísticas é um dos principais problemas no entendimento das questões ambientais e suas implicações no cotidiano. A fragmentação do conhecimento do que é realidade, da forma com que o gênero do jornalismo reproduz, não dá conta de explicar os temas ambientais de forma satisfatória: “no mundo moderno, onde o conhecimento encontra-se fragmentado, compartimentado em áreas que muitas vezes não se comunicam, a discussão ambiental resgata o sentido holístico, o caráter multidisciplinar que permeia todas as áreas do conhecimento, e nos induz a uma leitura da realidade onde tudo está conectado, interligado, relacionado” (TRIGUEIRO, 2003, 77-78).

As outras matérias estritamente factuais que foram analisadas apresentavam também características como as relatadas no exemplo acima. A seguir, serão descritos os assuntos dominantes dessas matérias.

b) matérias estritamente factuais de temática política

No caso do tema política, que teve um espaço de 10,43% nas matérias selecionadas (tabela 17), são relatados aspectos legais como novas legislações que entraram em vigor e seus impactos sociais, além de uma denúncia do não cumprimento de uma ordem judicial para a desocupação de área de preservação ambiental.

Tabela 17 – Matérias estritamente factuais com temática política

Matéria	Data	Tempo
Nova determinação do governo do Estado para quem usa fontes alternativas de água.	11/5/2005	00:03:00
Estratégia para evitar o desabastecimento de água.	19/5/2005	00:02:35
Pátio municipal em área de preservação ambiental.	17/6/2005	00:02:20
Carros continuam no pátio localizado em área de preservação.	22/6/2005	00:01:55

c) Matérias estritamente factuais com temática de direito do consumidor

Já as matérias que tratam do direito do consumidor (tabela 18) abordam o abastecimento público de água como bem de consumo, no sentido de orientar o consumidor quanto aos seus direitos, assim como notificar eventuais problemas de falta d'água.

Tabela 18 – Matérias estritamente factuais com temática de direito do consumidor

Matéria	Data	Tempo
Consumidores vão receber relatório da qualidade da água.	05/5/2005	00:03:00
Falta de água devido à manutenção da SABESP	22/6/2005	00:02:50
Abastecimento continua comprometido em Paulínea, Hortolândia e Monte Mor.	23/6/2005	00:00:50

Nessas matérias a água é vista simplesmente como mercadoria, como no caso descrito a seguir.

5 de maio de 2005/ Jornal Regional 1ª edição

Na matéria que relatava obrigatoriedade do fornecimento das informações sobre a qualidade da água pelas companhias de saneamento, a jornalista Luciane Viegas apresenta a reportagem da seguinte forma:

– Você sabe qual a qualidade da água que chega na sua casa. Não, normalmente não sabemos o que estamos consumindo todos os dias. Só que a partir do mês que vem você já vai passar a receber um relatório mensal, junto com sua conta, com todos esses detalhes. Bem, pelo menos é isso que estabelece uma nova medida do governo. Mas, será que as empresas estão adaptadas? E os consumidores, o que acharam da medida? Veja na reportagem de Viviane Gardini.

Na seqüência são exibidas imagens de Ruth M. (dona de casa, conforme indicação da legenda) na cozinha da sua residência com o seguinte texto narrado pela jornalista Viviani Gardini:

– Ruth sempre usou a água da torneira para tudo, até que desconfiou da qualidade, porque a filha de 1 ano teve diarreia.

No seguimento dessas palavras é reproduzida a parte da entrevista com a dona de casa, relatando o seguinte:

– Comecei a sentir um mau gosto quando eu tomava, que eu costumo encher e pôr na geladeira. Então tava com muito mau cheiro e mau gosto.

A partir daí, seguem imagens da dona de casa com a filha no colo enquanto a jornalista conclui com a seguinte frase:

– Preocupada principalmente com os dois filhos, não hesitou e agora só compra água mineral.

A matéria se atém à discussão do cumprimento da nova medida do governo, que prevê a publicação dos dados da qualidade da água por parte das empresas de tratamento e abastecimento

público. Em nenhum momento é levantado o motivo que levou à exigência de publicação da qualidade da água. Também não é apurada a origem dos problemas de qualidade da água, conforme o relato da dona de casa entrevistada na matéria.

d) Matérias estritamente factuais com temática ciência e tecnologia

As matérias com a temática ciência e tecnologia (tabela 19) apresentam os resultados de pesquisas feitas na região. Nas matérias, os pesquisadores relatam os resultados e seus possíveis impactos na sociedade, entre outros comentários. Representa 5,75% do material analisado.

Tabela 19 – Matérias estritamente factuais com temática ciência e tecnologia

Matéria	Data	Tempo
Identificação de espécie de inseto em mata urbana.	28/5/2005	00:01:40
Mapeamento do uso do solo no Estado de São Paulo.	27/6/2005	00:03:15
Pesquisa desenvolve técnica de controle ambiental de lagos.	13/7/2005	00:00:30

e) Matérias estritamente factuais com temática habitação

No tema habitação (tabela 20) encontram-se matérias que abordam questões relativas ao crescimento das áreas habitacionais na região de Campinas, com os problemas de abastecimento de água. Representa 5,31% das matérias selecionadas.

Tabela 20 – Matérias estritamente factuais com temática habitação

Matéria	Data	Tempo
Falta água em novos condomínios.	9/6/2005	00:02:00
Manual que ajuda a economizar água.	13/6/2005	00:03:00

Da mesma forma que na temática direito do consumidor, as matérias do tema habitação representam a água como um bem de consumo escasso, passível de gestão, sem refletir sobre o crescimento das cidades e suas implicações. Tal abordagem acaba por desconsiderar as implicações ambientais desse crescimento desordenado conforme é visto na seguinte matéria.

13 de julho de 2005/Jornal Regional 1ª edição

Um exemplo é a matéria do dia 13 de julho de 2005, que divulga um manual para orientação para economia de água na construção civil. A apresentação da matéria da jornalista Luciane Viegas tem o seguinte texto:

– A água é um recurso da natureza essencial para a vida das pessoas, mas que pode se tornar escasso, principalmente por causa do desperdício. Aqui em Campinas a quantidade de água por habitante é menor que no deserto do Saara. Grande parte do consumo está concentrado nas residências. Para evitar o mau uso do produto um manual agora orienta engenheiros e arquitetos a escolherem a melhor opção.

A jornalista cria um contexto para a reportagem, atribuindo a escassez de água principalmente ao desperdício que ocorre no consumo dos domicílios. Também cita um dado referente à disponibilidade de água *per capita*. Pelo discurso da jornalista, a água consumida nas residências não voltaria aos rios, fato que não é verdade, visto que grande parte dessa água retorna como efluente que, por sua vez, causa perdas da qualidade da água. O texto também omite que, na região, a indústria responde pelo maior consumo de água (SÃO PAULO, 2006). Essa responsabilização dos consumidores das residências pela escassez da água também é salientada em outras matérias.

e) Matérias estritamente factuais com temática economia

O tema Economia possui apenas uma matéria, que tem por objetivo anunciar o aumento da tarifa de água no município de Limeira. Foi veiculada no dia 6 de junho de 2005, com duração de 43 segundos. É uma nota simples que não traz nenhuma imagem ou comentário sobre a medida. É interessante ressaltar que grande parte das matérias analisadas trazem a preocupação econômica em relação à água – enquanto recurso escasso, como no caso das temáticas de direito do consumidor, e habitação, que mostra essa preocupação econômica de forma mais explícita – porém, nessa matéria essa preocupação acaba por ser o foco principal, sem que haja qualquer análise das implicações a respeito do aumento de preço da água.

Analise das matérias especiais

As matérias especiais (tabela 21) ganharam destaque na Semana do Meio Ambiente e tratam das questões ambientais vistas como importantes para a região, como a poluição do ar e da água.

Tabela 21 – Matérias especiais

Matéria	Data	Tempo	Temática
Crianças aprovam a importância da preservação.	30/5/2005	0:05:30	Meio Ambiente
Qualidade e disponibilidade de água potável.	31/5/2005	0:04:25	Meio ambiente
Reciclagem do lixo.	31/5/2005	0:05:00	Meio ambiente
Tratamento de esgoto.	1/6/2005	0:05:00	Meio ambiente
Sítio ecológico.	1/6/2005	0:05:30	Meio ambiente
Consumo consciente.	2/6/2005	0:04:00	Meio ambiente

A forma de tratar os assuntos foge um pouco do habitual apelo factual dos telejornais. As matérias possuem maior duração e há uma maior preocupação com o conteúdo. Os jornalistas repetem mais ostensivamente expressões como ‘meio ambiente’, ‘ecologia’, ‘conservação’, ‘recuperação’, ‘reciclar’ e ‘preservar’, em várias formas. Adjetivações do tipo ‘ambiental’ e ‘ecológico’ são freqüentes, de forma a salientar no assunto tratado, ou nas ações retratadas, sua conotação ambiental. 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

Na matéria especial veiculada na Semana do Meio Ambiente e que tratava do esgoto e seu impacto na qualidade da água dos rios da região, o objetivo parecia o de demonstrar quais as principais causas da degradação destes rios, identificando a falta de tratamento como o principal problema (quadro 2). Também são salientadas as ações que estão em curso para resolver o problema, e que a solução seria o tratamento de esgoto.

(continua)

Imagens	Texto
<p>(Jornalista Luciane Viegas) – Além do desperdício de água, uma outra preocupação é a falta de tratamento de esgoto em muitas cidades da região. Como você viu ontem, o cuidado com a qualidade da água é fundamental na prevenção de doenças. Aliás Eduardo, é o primeiro item no direito ambiental.</p>
<p>(Eduardo Lacerda) – É, e falta planejamento e também dinheiro para isso, não é Luciane? E quando não há tratamento de esgoto, a emissão de poluentes nos rios é direta. Imagine a quantidade de materiais tóxicos que é despejada por dia e que compromete a qualidade da água na região.</p> <p>(Luciane) – Eduardo, não sei se as pessoas se lembram, mas nós falamos aqui no começo do ano; nós mostramos um relatório da CETESB com informações sobre a qualidade dos rios no Estado. E aqui na região há vários pontos preocupantes. Um deles é onde está o repórter Luiz Crescenzo, no Rio Atibaia.</p>
<p>– Crescenzo, apesar do rio Atibaia não ter a pior situação aqui da nossa região, de qualquer maneira preocupa, porque tem vários pontos que são prejudicados pela falta de tratamento de esgoto, não é?</p>
<p>(Direto do Rio Atibaia, com o repórter Luiz Crescenzo)</p> <p>– É isso mesmo Luciane. Um prejuízo muito grande. No ano passado nós mostramos várias vezes que a captação de água, aqui onde nós estamos, era de 3.500 litros/segundo para 90% da cidade de Campinas. A captação teve que ser suspensa por causa da poluição, isso já aconteceu este ano também, e este trecho do Atibaia ainda é um dos melhores, segundo os técnicos da CETESB.</p>

Quadro 2 – Transcrição ilustrada da matéria “tratamento de esgoto” exibida no Jornal Regional 1^a edição em 1 junho 2005

(continuação)

Imagens	Texto
<p>– Daqui para frente, por cerca de 25 km, o Atibaia vai recebendo o esgoto clandestino e também algum tipo de esgoto industrial de maneira inadequada, e passa por Paulínea. Com essa situação, vai comprometendo bastante o rio. Ele só volta a melhorar um pouco, a qualidade da água do Atibaia só volta a melhorar um pouco em Americana, quando o Atibaia encontra o Jaguari e forma o rio Piracicaba. A partir daí a situação melhora um pouquinho.</p> <p>– Outros rios da região com situação complicada são o Capivari e o Mogi Guaçu. No Capivari, os técnicos da Cetesb identificaram a presença de alguns metais perigosos como o manganês, o ferro e o níquel, e no Mogi Guaçu, por várias medições feitas lá, identificaram, registraram uma quantidade muito baixa de oxigênio. Na cidade de Mogi Guaçu e também na cidade de Conchal. Essa radiografia, toda essa situação acontece porque muitas cidades acabam não fazendo a coleta e acabam não fazendo também o tratamento adequado de esgoto.</p> <p>(Exibição de nota coberta)</p> <p>– O despejo de esgoto não tratado é uma das principais fontes de poluição ambiental e também de doenças. Poucos municípios da região coletam todo esgoto produzido. Em Limeira, Mogi Guaçu e Santa Bárbara do Oeste, a rede de esgoto atinge 100% das casas, mas apenas parte passa por tratamento.</p> <p>– Em Limeira o índice é de 70%, o mesmo de Mogi Guaçu. Em Santa Bárbara é menor, 46%. Americana e Piracicaba coletam 98% do esgoto, mas o índice de tratamento é menor: 82 % em americana e 36% em Piracicaba.</p>
<table><thead><tr><th></th><th>coleta</th><th>tratamento</th></tr></thead><tbody><tr><td>Limeira</td><td>100%</td><td>70%</td></tr><tr><td>Mogi Guaçu</td><td>100%</td><td>70%</td></tr><tr><td>São. Bárbara D'Oeste</td><td>100%</td><td>46%</td></tr></tbody></table>		coleta	tratamento	Limeira	100%	70%	Mogi Guaçu	100%	70%	São. Bárbara D'Oeste	100%	46%	<p>– Mesmo assim, nem todos os sistemas são eficientes. Resultado: a água, mesmo tratada, é devolvida com um nível de poluição acima do aceitável. Outro problema é que muito do esgoto captado se perde em tubulações rompidas ou em ligações clandestinas, muitas vezes jogadas diretamente nos rios.</p>
	coleta	tratamento											
Limeira	100%	70%											
Mogi Guaçu	100%	70%											
São. Bárbara D'Oeste	100%	46%

Quadro 2 – Transcrição ilustrada da matéria “tratamento de esgoto” exibida no Jornal Regional 1ª edição em 1 jun. 2005

(conclusão)

Imagens	Texto
<p>– Para evitar um caos no abastecimento e no meio ambiente é preciso desde já buscar alternativas para não faltar água potável.</p>
<p>(Volta para a transmissão ao vivo do Rio Atibaia, com Luiz Crescenzo)</p> <p>– 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?</p>
<p>(Oriel Rocha Queiroz, Promotor do Meio Ambiente - Americana)</p> <p>– 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 investem em saneamento básico, pelo menos no Estado de São Paulo.</p>
	<p>(Crescenzo) – A expectativa do senhor é até quando resolver o problema?</p> <p>(Queiroz) – 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.</p> <p>(Crescenzo) – Nos últimos anos houve um salto importante na qualidade!</p> <p>(Queiroz) – Houve um salto importante da qualidade e isso também foi resultado da renovação da outorga do Cantareira, que com isso nós tivemos mais água para a região.</p> <p>(Crescenzo) – 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%.</p>

Quadro 2 – Transcrição ilustrada da matéria “tratamento de esgoto” exibida no Jornal Regional 1ª edição em 1 junho 2005

Uma primeira observação é a relação entre esta matéria (quadro 2) com a matéria analisada anteriormente (quadro 1). As duas se referem à deterioração da qualidade dos rios. Porém, cada uma indica o seu assunto como o principal causador da situação de degradação atual dos corpos d’água. A primeira (quadro 1) aponta a ocupação das áreas nas margens do rio Piracicaba como o principal problema; a segunda (quadro 2), aponta os lançamentos de esgoto

como o causador da degradação dos rios da região. Nessa condição, o JR comete contradições em seu discurso.

Outro ponto que chama a atenção é como os jornalistas apresentam a matéria. Nas palavras da jornalista Luciane Veiga:

– Além do desperdício de água, uma outra preocupação é a falta de tratamento de esgoto em muitas cidades da região. Como você viu ontem, o cuidado com a qualidade da água é fundamental na prevenção de doenças. Aliás, Eduardo, é o primeiro item no direito ambiental.

A jornalista cria um contexto simplificado de problemas relacionados à água para justificar duas preocupações: o desperdício de água por parte da população e a falta de tratamento de esgoto. Também define uma suposta categoria em que a água se classificaria no que ela chama de ‘direito ambiental’. Talvez ela se referisse ao conjunto de leis que definem aspectos relacionados ao meio ambiente, ou mesmo à especialização profissional, não deixando isso claro para o entendimento, nem mesmo qual a sua pertinência para a matéria.

O jornalista Eduardo Lacerda também participa da apresentação da matéria elaborando o contexto em relação à poluição dos rios. Dando continuação ao comentário da Luciane Viegas, Eduardo Lacerda diz o seguinte:

– É, e falta planejamento e também dinheiro para isso, não é Luciane? E quando não há tratamento de esgoto a emissão de poluentes nos rios é direta. Imagine a quantidade de materiais tóxicos que é despejada por dia e que compromete a qualidade da água na região.

O jornalista define o tratamento de esgoto como a forma de limpar a água que é devolvida ao rio, fato que depois é desmentido durante a mesma matéria, quando são exibidas imagens de algum efluente sendo lançado no rio e o texto narrado pelo Eduardo Lacerda diz:

– (...) nem todos os sistemas são eficientes. Resultado: a água, mesmo tratada, é devolvida com um nível de poluição acima do aceitável.

Além da contradição do discurso, a matéria não define o que é o ‘tratamento eficiente’, nem qual é o conteúdo poluidor devolvido aos rios e quais os municípios que investem nestes sistemas. Tal levantamento seria pertinente para uma matéria que trata desta temática.

Como já foi dito, a matéria destaca os lançamentos de esgoto como sendo o principal causador de poluição dos cursos d’água. São apresentados dados numéricos – coleta de esgoto, percentual de esgoto tratado e vazão de captação para abastecimento público do município de Campinas – além de locais onde a qualidade da água é crítica (quadro 2). Todos os dados relativos à coleta se referem ao esgoto nas redes públicas; o chamado esgoto doméstico. Tal terminologia cria uma imagem do esgoto, que é originado em residências, proveniente das águas utilizadas em descargas de vasos sanitários, chuveiros, lavanderias e cozinhas, sem que contenha a presença de compostos perigosos, já que estes estariam presentes somente no esgoto industrial. Esse esgoto “doméstico” é indicado pela CETESB como a principal causa da baixa qualidade da água nos rios do Estado (SÃO PAULO, 2006b, p.441). É importante salientar que na área urbana, é comum encontrarmos indústrias e estabelecimentos comerciais que utilizam diversas substâncias de alto potencial poluente – solventes orgânicos, pesticidas, óleos, etc. – ligados aos sistemas de coleta de esgoto. Mesmo o esgoto proveniente de áreas residenciais possui uma gama de compostos industriais manufaturados para uso doméstico, como os produtos de limpeza. Todos esses compostos são lançados nos sistemas públicos de coleta de esgoto sem que haja nenhuma responsabilidade por parte dos fabricantes e distribuidores pelos seus impactos.

O lodo de esgoto é o material restante do processo de tratamento dos efluentes da rede de esgoto pública. É um resíduo concentrado, portador de agentes patogênicos e altamente tóxicos. Stauber e Rampton (1995) definem este lodo como:

(...) ‘mistura viscosa semi-sólida de bactérias – e matéria orgânica repleta de vírus, metais tóxicos, substâncias químicas sintéticas, e sedimentos removidos dos efluentes domésticos e industriais em uma estação de tratamento de esgoto’. Mais de 60.000 substâncias tóxicas, e compostos químicos podem ser encontrados no lodo de esgoto, e os cientistas estão desenvolvendo de 700 a 1.000 novas substâncias químicas por ano. Stephen Lester, do *Citizens Clearinghouse for Hazardous Waste* compilou informações de pesquisadores da Universidade de Cornell e da Sociedade Americana de Engenharia Civil mostrando que em um típico lodo de esgoto são encontradas as seguintes toxinas: bifenis policlorados (BCPs); pesticidas clorados – DDT, dieldrin, aldrin, endrin, chlordane, heptachlor, lindane, mirex, kepone, 2,4,5-T, 2,4-d; compostos clorados como dioxinas; hidrocarbonetos aromáticos polinucleados; metais pesados – arsênico, cádmio, cromo, chumbo, mercúrio; bactérias, vírus, protozoários, vermes

parasitas, fungos; e outros – asbestos, derivados de petróleo, solventes industriais (STAUBER; RAMPTON, 1995, p.104)⁴³.

Na falta do tratamento, todos esses compostos são lançados nos rios na forma de esgoto. Para agravar a situação, o tratamento convencional de esgoto não produz água limpa, apenas reduz a carga de efluentes que são lançados nos rios. Dessa forma, todos estes componentes estarão disponíveis, em maior ou menor concentração, nas águas dos rios, causando impactos no ambiente e na saúde pública.

Existem efluentes de origem industrial que possuem resíduos tóxicos. Efluentes com estas características devem ser tratados pelas próprias indústrias. O lodo residual desses tratamentos tem grande potencial de contaminação, conforme a legislação própria prevê, e deve receber o mesmo destino de outros resíduos industriais, representando um passivo ambiental, na medida em que pode contaminar o solo e o lençol freático⁴⁴. Também tem sido usado no Estado de São Paulo como fertilizante e condicionador de solo no plantio de culturas como a cana-de-açúcar e eucalipto sob licença prévia da CETESB, com base na lei nº 997, de 31 de maio de 1976, que dispõe sobre o controle da poluição do meio ambiente⁴⁵.

⁴³ No original: (...)‘viscous, semisolid mixture of bacteria – and virus-laden organic matter, toxic metal, synthetic chemicals, and settled solids removed from domestic and industrial waste water at a sewage treatment plant.’ Over 60.000 toxic substances and chemical compounds can be found in sewage sludge, and scientists are developing 700 to 1.000 new chemicals per year. Stephen Lester of the Citizens Clearinghouse for Hazardous Waste has compiled information from researchers at Cornell University and the American Society of Civil Engineers showing that sludge typically contains the followings toxins: Polychlorinated Biphenyls (PCBs); Chlorinated pesticides – DDT, dieldrin, aldrin, endrin, chlordane, heptachlor, lindane, mirex, kepone, 2,4,5-T, 2,4-d; Chlorinated compounds such as dioxins; polynuclear aromatic hydrocarbons; Heavy metals – arsenic, cadmium chromium, lead, mercury; Bacteria, viruses, protozoa, parasitic worms, fungi; and Miscellaneous – asbestos, petroleum products, industrial solvents’ (STAUBER; RAMPTON, 1995, p.104).

⁴⁴ O armazenamento ou utilização dos lodos é previsto no decreto n. 8.468 - de 08 de setembro de 1976, que aprova o regulamento da Lei n. 997, de 31 de maio de 1976, que dispõe sobre a prevenção e o controle da poluição do meio-ambiente.

⁴⁵ O uso do lodo de esgoto em práticas agrícolas tem sido empregado nos Estados Unidos, assim como no Brasil. Para diminuir a resistência quanto ao uso desse resíduo na agricultura, uma empresa de relações públicas americana criou um novo termo que desvinculasse o lodo de esgoto de sua origem, que passou a ser chamado de ‘biosólido’. Essa mudança de nome auxiliou a omitir a origem do resíduo do público de forma a aprovar a regulamentação do seu uso como fertilizante na agricultura, isentando as responsabilidades ambientais (STAUBER; RAMPTON, 1995, p.105-107).

Os tipos de fontes poluidoras e as responsabilidades no tratamento de efluentes não são considerados na matéria, que acaba por indicar os municípios⁴⁶ como responsáveis pela degradação da qualidade da água dos rios, ao não tratarem a totalidade dos esgotos.

A atuação da indústria como geradora de efluentes é apenas citada na matéria, quando o repórter diz:

– (...) Daqui para frente, por cerca de 25 km o Atibaia vai recebendo o esgoto clandestino e também algum tipo de esgoto industrial de maneira inadequada, e passa por Paulínia (...)

Esta é a única referência ao esgoto industrial que se faz. Dados relativos a outorgas para lançamento de efluentes industriais ou mesmo de indústrias autuadas por lançamentos irregulares são omitidos na matéria. Nessa mesma matéria também é mencionada a presença de metais pesados em rios da região, o que também é um aspecto que denota irregularidades em relação a prováveis lançamentos de efluentes por parte de indústrias, visto que os metais pesados estão freqüentemente associados a resíduos industriais (SÃO PAULO, 2006b).

Da forma como é enfatizada a necessidade de tratamento dos efluentes pelos municípios – que respondem pelo tratamento do efluente urbano e não pelo industrial – subentende-se uma menor responsabilidade do setor industrial na poluição dos rios da região. Assim, a possibilidade de contaminação da água dos rios por efluentes industriais acaba sendo retratada como um fato menor, dada a maneira enfática com que é considerado o efluente urbano⁴⁷. Além disso, a região possui um parque industrial considerável, que utiliza a água dos rios e do subsolo em suas atividades de produção (tabela 22), gerando quantidades expressivas de efluentes industriais. Na tabela 22 também fica clara a tendência de aumento do consumo de água na indústria, visto que este recurso é utilizado amplamente nos processos de produção, gerando efluentes.

⁴⁶ O investimento em Estações de Tratamento, neste caso, é realizado pelos municípios com verbas públicas. Em Piracicaba, este financiamento é realizado pela cobrança de taxas de tratamento de esgoto que são lançadas juntamente com as contas de água, que são emitidas para os proprietários de imóveis com abastecimento público.

⁴⁷ Vale lembrar que um dos indicativos de volume de efluente gerado é relacionado à quantidade de água consumida e que na bacia dos rios Piracicaba, Capivari e Jundiá o consumo de água do setor industrial é maior que o urbano (tabela 3).

Tabela 22 – Uso da água para fins industriais. Vazões dos 17 maiores usuários para essa finalidade (SÃO PAULO, 2004, p. 223)

Usuários	1999 (m³/s)	2002-2003 (m³/s)	Município	Curso d'água
Rhodia Brasil Ltda.	2,35	2,35	Paulínia	Rio Atibaia
União São Paulo S.A. Agricultura Ind. e Com.	1,39	1,39	Rafard	Rio Capivari
Ripasa S.A. Celulose e Papel	1	1	Limeira	Rio Piracicaba
Petróleo Brasileiro S.A.	0,44	1,76	Paulínia	Rio Jaguari
Usina Açucareira Santa Cruz S. A.	0,67	0,67	Capivari	Ribeirão Santa Cruz, Ribeirão Água Choca e Córrego São Roque
Usina Santa Helena S.A. Açúcar e Alcool	0,5	0,5	Rio das Pedras	Rio Piracicamirim e Córrego Joaquim Bento
Usina Açucareira Ester S.A.	0,47	0,47	Cosmópolis	Córrego Pirapitingui
Butilamil Industrias Reunidas S.A.	0,29	0,29	Piracicaba	Rio Corumbataí
Votorantim Celulose e Papel S.A.	0,23	0,46	Piracicaba	Rio Piracicaba
Ajinomoto Interamericana Ind.e Com.ltda.	0,35	0,5	Limeira	Rio Jaguari
Cia Brasileira de Bebidas	0,33	0,33	Jaguariúna	Rio Jaguari
Vicunha S.A.	0,32	0,32	Americana	Rio Piracicaba
Usina Açucareira Furlan S.A.	0,25	0,25	Santa Bárbara D'Oeste	Ribeirão Lambari
Eucatex Madeira Ltda.	0,22	0,22	Salto	Rio Jundiá
Krupp Metalurgica Campo Limpo Ltda.	0,22	0,22	Campo Limpo Paulista	Rio Jundiá
Eucatex S.A. Indústria e Comércio	0,19	0,19	Salto	Rio Jundiá
Cosan S.A. Indústria e Comercio	0,19	0,19	Piracicaba	Rio Corumbataí
TOTAL	9,41	11,11	-	-

FONTE: Relatório da Situação dos Recursos Hídricos das Bacias dos Rios Piracicaba, Capivari e Jundiá – 2001/2002. (SÃO PAULO, 2004, p.223).

É evidente que os lançamentos de efluentes do esgoto urbano são prejudiciais para a qualidade das águas dos rios, visto que há uma grande concentração de habitantes nessas bacias, o que produz uma enorme carga de poluentes, que é transportada para os rios. No entanto, a omissão das outras fontes de poluição – indústria e agricultura, por exemplo –, que não sejam da responsabilidade das prefeituras, pode significar aspectos relacionados à ‘filtragem’ da informação⁴⁸. Essa ‘filtragem’ evita comprometer o veículo com possíveis prejuízos de imagem de setores industriais ou agrícolas, assim como se precaver quanto a repercussões negativas que a divulgação de informações sobre indústrias poluidoras, por exemplo, poderiam causar.

⁴⁸ A ‘filtragem’ da informação referida é fundamentada na teoria dos filtros de Herman e Chomsky (2003).

Após mencionar os dados sobre a qualidade da água dos rios, conforme comentado, o repórter encerra a matéria entrevistando uma autoridade identificada como Promotor do Meio Ambiente. Nessa entrevista, é salientada a principal medida para a solução do problema da poluição dos rios, que pelo discurso da matéria é o tratamento do esgoto “doméstico”, de responsabilidade dos municípios. O jornalista Luiz Crescenzo inicia a entrevista direcionando o assunto para a questão do tratamento de esgoto urbano 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 Oriel R. Queiroz responde da seguinte forma:

– 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 rede de esgoto em Campinas, conforme cita o jornalista, deveriam ser ressaltados como uma situação inaceitável para uma das cidades com maior renda per capita do país (PNUD, 2003). Além disso, a particularização que o jornalista cria em relação à resolução de um problema complexo como a poluição da água tende a dirigir as observações do entrevistado – identificado como Oriel Rocha Queiroz, Promotor do Meio Ambiente de Americana –, buscando criar um depoimento que mantenha e qualifique o discurso da matéria. Desse ponto em diante, o jornalista poderia questionar sobre aqueles municípios que estão em desacordo com a lei ou mesmo procurar saber por que, mesmo na região que mais investe em saneamento, o quadro é tão desfavorável, conforme a própria matéria mostra. Também 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, e suas justificativas. Ao invés dessas possibilidades, o jornalista Luiz Crescenzo 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, 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 de tratamento de esgoto na região. Essa preocupação com uma mensagem positiva fica evidente no comentário do jornalista Luiz Crecenzo, quando encerra a matéria da seguinte forma:

– 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%.

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 de tratamento de esgoto é o terceiro pior do Estado (SÃO PAULO, 2006b, p.442).

Essa mensagem de otimismo em relação à solução de problemas transmite uma segurança e tranquilidade para o telespectador, uma vez que se afirma que as medidas cabíveis estão em curso, tutoradas pelas autoridades responsáveis. Assim, o telespectador não precisa se preocupar com a questão da água, já que em 2010 estarão implementadas as obras necessárias para tratar todo o esgoto das cidades da região.

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 transmitiram uma mensagem conformada com a situação atual, sem trazer uma reflexão crítica e realista dos problemas ambientais da região.

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” (JORNAL REGIONAL, 2005d). Nesta 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. Os rios não são considerados em seu aspectos ambientais, como habitat da fauna e da flora, por exemplo. Em outras palavras, são os aspectos econômicos os mais enfatizados, em detrimento da saúde pública. Os aspectos culturais, paisagísticos e ambientais não recebem a atenção devida.

Análise das matérias de autopromoção

Essa categoria contém anúncios dos programas produzidos pela EPTV, como o “Terra da Gente”, episódios do “Globo Repórter” (programa da Rede Globo exibido nacionalmente) e também matérias de cobertura do lançamento de um cd de trilhas sonoras, do programa Terra da Gente, produzido pela EPTV (tabela 23).

Tabela 23 – Matérias da categoria autopromoção

Matéria	Data	Tempo	Temática
Atrações do programa “Terra da Gente” (mudança no curso de um Rio em Minas Gerais)	28/5/2005	0:01:10	Meio Ambiente
Atrações do programa “Globo Repórter” produzido pela EPTV (desmatamento na Amazônia)	01/7/2005	0:01:30	Meio Ambiente
Atrações do programa “Globo Repórter” produzido pela EPTV (desmatamento na Amazônia) (reprise)	01/7/2005	0:01:30	Meio Ambiente
Lançamento do CD com a trilha sonora do programa “Terra da Gente”	04/7/2005	0:00:50	Arte e cultura
Lançamento do CD com a trilha sonora do programa “Terra da Gente” (reprise)	04/7/2005	0:00:50	Arte e cultura
Lançamento do CD com a trilha sonora do programa “Terra da Gente” (cobertura do evento)	05/7/2005	0:04:40	Arte e cultura
Atrações do Programa “Terra da Gente” (Pesca no Rio Cururu)	16/7/2005	0:01:10	Meio ambiente

Essas matérias são propagandas da EPTV e de seus produtos. Abrem espaço no telejornal para tratar de assuntos que normalmente, não receberiam espaço em outros telejornais concorrentes. São particularmente interessantes para esta análise por indicar associações da água às mensagens vinculadas ao veículo – como produtor de informação, através de seus programas próprios – a representação do meio ambiente conforme exemplo a seguir.

16 de julho de 2005/ Jornal Regional 2ª edição

O Jornal Regional, em sua 1ª e 2ª Edições, procura promover ativamente os programas produzidos pela EPTV que são apresentados no sábado. O programa Terra da Gente é quase sempre anunciado, tanto durante o JR quanto nos intervalos dos programas da Rede Globo, através de enunciações como as representadas abaixo (Quadro 3).

(continua)

Imagens	Texto
<p>(Apresentação: Jornalista Eduardo Lacerda)</p> <p>– Saem as mulheres, entram os homens na briga com os peixes esportivos amazônicos. O “Terra da Gente” mostra hoje a segunda e última parte da aventura dos motociclistas pescadores que viajaram de Campinas até o sul do Pará.</p>
<p>Texto em off, com trilha sonora:</p> <p>– Depois das motos, quatro rodas no meio da mata; e motores bem mais fracos nos barcos, até os melhores pontos de pesca no Rio Cururu.</p>
<p>– Barulho e velocidade, só da isca sendo trabalhada. Emoção garantida. O Cururu mostra a diversidade dos peixes esportivos amazônicos.</p>
<p>– Diversidade também na mata preservada com o desfile das aves.</p>

Quadro 3 – Transcrição ilustrada da matéria “atrações do programa Terra da Gente” exibida no programa Jornal Regional 1ª e 2ª edição em 16 julho 2005

(conclusão)

Imagens	Texto
– Um susto com ‘Dande’: o jacaré-açú, que é o novo dono do pedaço no Rio Cururu.
– E a hora do rancho é no meio da floresta. A receita é de pescador; peixe na barranca!
– O programa Terra da Gente começa logo depois do Jornal Hoje.

Quadro 3 – Transcrição ilustrada da matéria “atrações do programa Terra da Gente” exibida no programa Jornal Regional 1^a e 2^a edição em 16 julho 2005

Nessas descrições do programa é comum encontrarmos frases como as que estão na matéria acima:

- (...) *briga com os peixes esportivos amazônicos (...);*
- *O Cururu mostra a diversidade dos peixes esportivos amazônico;*
- (...) *desfile das aves (...);*
- *Um susto com ‘Dande’, o jacaré - açu que é o novo dono do pedaço no rio Cururu.*

Expressões como essas criam um sentido de espetáculo, descrevem o mundo natural a partir de uma perspectiva da sociedade humana na qual os animais, as florestas e os rios são transformados em atrações turísticas. É comum nessas propagandas a associação da fauna selvagem a atributos comuns ao cotidiano urbano como na descrição acima, onde espécies de peixes se tornam um adereço para a prática de esporte. Da mesma forma, aves são comparadas a modelos que desfilam em passarelas e jacarés ganham personalidade própria.

No caso de uma outra matéria veiculada em 1º de julho de 2005, são descritas atrações de um episódio do programa “Globo Repórter”, da Rede Globo, que foi produzido pela EPTV, onde a floresta amazônica é representada através de imagens de matas, rios, índios, espécies animais selvagens (figura 23). 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.

Figura 23 – Imagens da matéria de divulgação do Globo Reporter no JR do dia 01 de julho de 2005

As ‘atrações da natureza’ são exploradas como mercadorias na forma de imagens pela televisão, como por exemplo os pontos de interesse turístico⁴⁹. Essa retratação do mundo natural

⁴⁹ 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).

ainda sugere uma idéia de preservação ambiental associada à ausência do convívio humano, de forma que a experiência com o mundo natural só ocorre em regiões “intocadas” pelo homem (DIEGUES, 2000). Tal idéia de natureza intocada é reforçada pelas preocupações atuais em relação à poluição atmosférica, mudanças do clima global e destruição das florestas. A percepção em relação ao 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).

Uma representação do meio ambiente também aparece na matéria do dia 4 de julho de 2005, que trata do lançamento de um cd de músicas usadas no programa “Terra da Gente”. Na matéria, é dito que o cd “(...) é o resultado de um trabalho feito com exclusividade para enriquecer uma das principais características do programa que está no ar há oito anos, as belas imagens do meio ambiente”. Tal afirmação possui duas implicações em sua mensagem: a primeira reflete a distorção e a banalização do significado de ‘meio ambiente’, uma vez que este significado é, na maior parte das vezes, associado à ‘paisagem natural’⁵⁰, através das imagens e do texto. A segunda define qual é o principal apelo do programa “Terra da Gente”: retratar essa paisagem natural como mercadoria. Tais características são reafirmadas em outra matéria veiculada no dia 5 de julho de 2005, ainda relatando o lançamento do mesmo cd musical, quando é dito: “A natureza merece ser colocada em destaque. Seu relacionamento com o homem. A conservação tão necessária. O lazer que ela proporciona. Tudo isso no programa Terra da Gente”.

Enfim, através das imagens que divulgam o programa Terra da Gente e o Globo Repórter, no telejornal da EPTV são encontradas associações da natureza e do meio ambiente a florestas, rios e animais selvagens. Com essa mesma intenção de associação, a água é constantemente retratada compondo paisagens e nas atividades de lazer (figura 24).

⁵⁰ O conceito de paisagem natural considera a sua construção como ‘obra da mente’ (SCHAMA, 1995, p.17). Essa construção da paisagem é elaborada a partir de um conceito ocidental de natureza, na qual “o meio ambiente natural e o mundo urbano são vistos como uma dicotomia e a preocupação costuma ser focada nas ações humanas que afetam negativamente a qualidade de vida, de acordo com padrões urbanos. Montanhas, desertos, florestas e vida selvagem formam um conjunto que é considerado ‘natureza’, área desenvolvida e mantida na ausência de seres humanos” (GÓMES-POMPA; KAUS, 2000, p.127).

Figura 24 – Imagens extraídas das matérias sobre as atrações do programa Terra da Gente no telejornal da EPTV

3 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, como acontece na maioria das grandes empresas de comunicação de massa brasileiras. A expectativa das duas empresas é explorar o mercado publicitário do interior paulista, onde a região de Campinas se insere como uma das mais lucrativas do Brasil. Para isso a EPTV comercializa os espaços em toda a grade de programação da Rede Globo, inserindo as publicidades contratadas pelos seus anunciantes. 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.

Ao incluir os fatos regionais e nacionais dentro de um mesmo modelo de prioridades temáticas e de programação amplia o efeito de comunicação de massa da EPTV. Assim a emissora acaba por cultivar um consenso ideológico junto ao público alinhado com o atual modelo de organização social e de desenvolvimento. Tal alinhamento também promove a orientação ao consumo e a manutenção da estrutura social que são interesses defendidos pela elite econômica e política que, juntos garantem os lucros do negócio de comunicação no Brasil.

Toda essa conjuntura estrutural na qual se insere a EPTV é fator de definição do discurso do JR. Através do seu telejornal a emissora apresenta para os telespectadores uma realidade arbitrária como toda representação da realidade é de fato. Cabe ressaltar que essas representações estão sujeitas à “filtragem” parcial que está relacionada à forma que a mídia se estrutura que, no caso da EPTV, tem em vista o acúmulo de capital. De forma antagônica a essa se estrutura a emissora comunitária. Conforme salienta Marcondes Filho (1986), estas são controladas pela própria comunidade, refletindo sobre as suas prioridades.

Dentro da realidade da Região de Campinas, o JR cria uma representação na qual os aspectos econômicos, políticos e o entretenimento são destacados enquanto que as questões ambientais ocupam um menor espaço.

Nesse tratamento é notória a simplificação na descrição do fato, através do emprego de linguagem simples. Na maioria das vezes, parece que os jornalistas evitam usar terminologias que necessitem de uma definição buscando um amplo entendimento do público. Muitas vezes 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 do pequeno espaço de tempo destinado a tratar de um assunto. Esse pequeno tempo se assemelha à característica do telejornalismo nacional da Rede Globo, no qual “o número de matérias é alto, mas o tempo médio das matérias é baixo” (TEMER, 2002 p.131). Acabam por enunciar notícias de forma a responder questões – como; onde, quando, quanto, como e porque – que construam uma imagem acrítica, reafirmando os conceitos correntes da sociedade. Porém, mesmo em matérias de maior duração parece não existir uma preocupação com a investigação mais apurada dos fatos. Mesmo naquelas matérias onde há a citação de dados quantitativos, que são usados na maior parte das vezes para sustentar uma argumentação simplificada na contextualização do fato, legitimando e qualificando a mensagem da matéria.

Com um espaço pequeno para tratar dos assuntos, o contexto das matérias é construído resumidamente. Dessa maneira, as mensagens acabam sempre por afirmar pontos de vista preexistentes, não questionando razões complexas do fato objetivo, já que não há tempo – tempo no telejornalismo se traduz em espaço ou destaque dado ao assunto – para expor o assunto com maior profundidade. A notícia acaba por reconstruir o fato mediante alguns dados e fontes salientados e a interpretação do veículo. Essa interpretação cria sentidos para as mensagens que são elaboradas de forma a aparentar ser o consenso sobre o assunto.

A matéria se transforma, em alguns casos, em recortes editados das opiniões das fontes. Observado que a maior parte das fontes presentes no JR são oficiais (tabela 14 e 15), o sentido dado à mensagem tende a reproduzir o discurso oficial como a versão mais aceita em um contexto construído pelo telejornal de forma superficial e que salienta aquilo que é percebido pelo veículo como relevante para o entendimento da mensagem. Nessa percepção estão associados pré-requisitos editoriais e ideologias correntes na sociedade, que se cristalizam como imagem de consenso em torno do assunto. Tais ideologias aliam representações da água, como o seu valor monetário, que a transforma em mercadoria dissociada dos significados ambientais.

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

A conotação ambiental aparece nas matérias em que se quer retratar o meio ambiente. Porém a leitura de meio ambiente nas mensagens do telejornal é construída a partir da idéia de paisagem natural intocada pelo homem que se transforma em mercadoria pelo uso das imagens das paisagens, dos rios e da fauna e também, pela apologia à possibilidade do turismo em áreas preservadas.

De forma geral, as mensagens do telejornal a respeito da água e seus problemas ambientais possuem uma visão otimista em relação à situação atual e atuação das autoridades responsáveis. As matérias apresentam o problema, muitas vezes, omitindo responsáveis e mostrando que as soluções já estão em curso. Geralmente, estas mensagens otimistas estão vinculadas ao final das reportagens, criando uma imagem de estabilidade e otimismo em relação ao desenrolar dos conflitos retratados. Esse otimismo tende a reforçar o conformismo com a situação expressa nas matérias a exemplo da poluição dos rios, mostrando que tal problema deve estar resolvido em um curto espaço de tempo, ou no caso de denúncias de desrespeito ao meio ambiente, mostrando que as autoridades estão desempenhando o seu papel para restabelecer a ordem.

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, visto que estes são tão significativos quanto o primeiro. É comum o JR ressaltar a responsabilidade do consumidor doméstico no consumo da água, omitindo outros setores. 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 pela teoria dos filtros de Herman e Chomsky.

REFERÊNCIAS

AGÊNCIA NACIONAL DAS ÁGUAS. Disponível em: <<http://www.ana.gov.br>>. Acesso em: 8 out. 2006.

ASSADOURIAN, E. Advertising spending stays nearly flat. In: **VITAL SIGNS 2003**. World Watch Institute. 2003. Disponível em : <<http://www.worldwatch.org/pubs/vs/2003/>> Acesso em: 22 jul. 2005.

BACHELARD, G. **A água e os sonhos**: ensaios sobre a imaginação da matéria. São Paulo: Martins Fontes Editora, 1989. 216p.

BAZI, R. E. R. **Tv regional**: trajetória e perspectiva. Campinas: Alínea, 2001. 100p.

BEDER, S. **Global spin**: the corporate assault on environmentalism. USA: Chelsea Green Publishing, 2002. 228p.

BOURDIEU, P. **Sobre a televisão**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997. 143 p.

BRASIL. **Lei n.9.433, de 08 de janeiro de 1997**. Institui a Política Nacional de Recursos Hídricos, cria o Sistema Nacional de Gerenciamento de Recursos Hídricos, regulamenta o inciso XIX do art. 21 da Constituição Federal, e altera o art. 1º da Lei nº 8.001, de 13 de março de 1990, que modificou a Lei nº 7.990, de 28 de dezembro de 1989. Disponível em: <<http://www.planalto.gov.br>>. Acesso em 30 nov. 2006.

BRASIL. Ministério do Meio Ambiente. **Gestão dos recursos naturais**: subsídios à elaboração da Agenda 21 brasileira. Brasília: 2000. 200p.

BRASIL. Ministério do Meio Ambiente. Agência Nacional das Águas. **Cadernos de recursos hídricos**: Disponibilidade de demandas de recursos hídricos no Brasil. Brasília, 2005.

BRASIL. Lei federal nº 7.803 de 15 de agosto de 1989. Altera a redação da Lei nº 4.771, de 15 de setembro de 1965 (Institui o Novo Código Florestal.), e revoga as Leis nº 6.535, de 15 de julho de 1978 e 7.511, de 7 de julho de 1986. Disponível em:

<http://www.cetesb.sp.gov.br/licenciamentoo/legislacao/federal/leis/1989_Lei_Fed_7803.pdf>

Acesso em: 20 jan. 2007.

BRITTOS, V. **Circulación internacional y distorsiones comunicacionales en el capitalismo global**. Quaderns del Cac, Barcelona, n. 21, ene.-abr. 2005. Disponível em:

<<http://www.audiovisualcat.net/publicaciones/q21casbrittos.pdf>>. Acesso em: 2 set. 2005.

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.

COMPANHIA MELHORAMENTOS. **Michaelis**: moderno dicionário da língua portuguesa. São Paulo, 1998. p.760.

CORDEIRO NETTO, O. M. Recursos Hídricos: Gestão e Conflitos. In: NASCIMENTO, E. P; VIANNA, J. N. S. (Org). **Economia, meio ambiente e comunicação**. Rio de Janeiro: Garamond, 2006. p. 163 – 174.

COSTA, B. C. G.**Estética da violência**: jornalismo e produção de sentidos. Piracicaba: Editora Unimep, 2002. 201p.

DE FLEUR, M.; BALL-ROKEACH, S. **Teorias da comunicação de massa**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1993. 400p.

DELUCA, K. M. the rhetoric of social movements. In: DELUCA, K. M. **Image politics**: the new rhetoric of environmental activism. New York: The Guilford Press, 1999. p.25-60.

DIEGUES, A. C. S. **O mito moderno da natureza intocada**. São Paulo: Hucitec, 2000. 169p.

_____, A. C. S. **Ilhas e mares: Simbolismo e imaginário**. São Paulo: Hucitec, 1998. 272p.

DURAND, G. **A imaginação simbólica**. São Paulo: Cultrix, 1988. 116p..

EMISSORAS PIONEIRAS DE TELEVISÃO. Disponível em: <<http://www.eptv.com>>. Acesso em: 4 ago. 2006.

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

HERZ, D. **A história secreta da Rede Globo**. Porto Alegre: Tchê Editora, 1987. 300p.

HOINEFF, N. Artigo 221. Produção de tv e identidade nacional. **Observatório da imprensa**. São Paulo, 9 mar. 2004a. Disponível em: <http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos.asp?cod=267TVQ001>. Acesso em: 26 out. 2005a.

_____. Artigo 221. Tv em transe, a vida além da Globo. **Observatório da imprensa**. São Paulo, 16 mar. 2004b. Disponível em: <http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos.asp?cod=268TVQ001>. Acesso em: 26 out. 2005b.

HERMAN, E. S.; CHOMSKY, N. **A manipulação do público: Política e poder econômico no uso da mídia**. São Paulo: Futura, 2003. 470p.

JHALLY, S. **Advertising at the edge of apocalypse**. Departament of Communication University of Massachusetts at Amherst. Amherst, MA 01003. Disponível em : <www.sutjhally.com>. Acesso em: 10 jul. 2005.

JUNG, C. G. **O Homem e seus símbolos**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1964. 316p.

LASCH, C. **O mínimo eu**: Sobrevivência psíquica em tempos difíceis. São Paulo: Brasiliense, 1986. 286p.

LIMA, V. A. **Mídia**: teoria e política. 2 ed. São Paulo: Fundação Perseu Abreu, 2004. 365p.

MACHADO, A. **A televisão levada a sério**. São Paulo: Senac, 2003. 244p.

MARTINS, F. B. Zoneamento ambiental da sub-bacia hidrográfica do Arroio Cadena, Santa Maria (RS) (Estudo de Caso). **Cerne**, Lavras, v. 11, n. 3, p. 315-322, jul./set. 2005.

MARCONDES FILHO, C. **O capital da notícia**: Jornalismo como produção social da segunda natureza. São Paulo: Ática, 1989. 188p.

_____. **Quem manipula quem?** Poder e massas na indústria da cultura e da comunicação no Brasil. Petrópolis: Vozes, 1986. 163p.

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.

MORIN, E. **Cultura de massa no século XX**: O espírito do tempo. Rio de Janeiro: Forense, 1969. 208p.

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.

MCCHESNEY, R. W. Mídia Global, neoliberalismo e imperialismo In: MORAES, D. de (Org.). **Por uma outra comunicação**. Rio de Janeiro: Record, 2003. p.217-242.

PETRINI, P. Um estudo crítico sobre o significado das vinhetas da Rede Globo. **Acta scientiarum**. Human and Social Sciences. Maringá: v. 26, no. 1, p. 123-133, 2004.

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.

REDE GLOBO. Disponível em: <<http://institucionaltv.globo.com/>>. Acesso em: 01 dez. 2006.

SÃO PAULO (Estado). **Lei n.9.034, de 27 de dezembro de 1994**. Dispõe sobre o Plano Estadual de Recursos Hídricos - PERH, a ser implantado no período 1994 e 1995, em conformidade com a Lei nº 7.663, de 30 de dezembro de 1991, que instituiu normas de orientação à Política Estadual de Recursos Hídricos. Disponível em: <<http://www.cetesb.sp.gov.br>>. Acesso em: 10 de nov. 2006.

SÃO PAULO (Estado). Secretaria de Energia, Recursos Hídricos e Saneamento. **Plano estadual de recursos hídricos 2004-2007**: Relatório síntese do plano. São Paulo, 2005. Disponível em <<http://www.comitepcj.sp.gov.br/EstudosRelatorios.htm>>. Acesso em: 10 de nov. 2006.

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.

SÃO PAULO (Estado). Secretaria de Estado do Meio Ambiente. Companhia de Tecnologia de Saneamento Ambiental. **Relatório da Situação dos Recursos Hídricos das Bacias dos Rios Piracicaba, Capivari e Jundiaí – 2001/2002**. Piracicaba: Consórcio Intermunicipal das Bacias dos Rios Piracicaba, Capivari e Jundiaí – PCJ, abril de 2004. Disponível em: <<http://www.comitepcj.sp.gov.br/EstudosRelatorios.htm>>. Acesso em: 15 de nov. 2006.

SHANAHAN, J.; MCCOMAS, K. **Nature stories**: depictions of the environment and their effects. Cresskill: Hamptom Press, 1998. 224p.

SCHAMA, S. **Paisagem e memória**. São Paulo: Cia das Letras, 1995. 696p.

STAUBER, J.; RAMPTON, S. **Toxic Sludge is Good for You!** Lies, Damn Lies, and the Public Relations Industry. Monroe, Maine: Common Courage Press, 1995. 236p.

TEMER, A. C. R. P. Notícias e serviços: um estudo sobre o conteúdo dos telejornais da Rede Globo. **Revista comunicação & sociedade**, São Bernardo do Campo, v. 1, n. 37. p.125-144, 2002.

THAME, A. C. M. (Org.). **A cobrança pelo uso da água**. São Paulo: Igual, 2000. 255p.

TRIGUEIRO, A.(Org.). **Meio ambiente no século 21**: 21 especialistas falam da questão ambiental nas suas áreas de conhecimento. Rio de Janeiro: Sextante, 2003. 367p.

TUNDISI, J. G., **Água no século XXI**: Enfrentando a escassez. São Carlos: Rima; IIE, 2003. 248p.

VALA, J. A análise de conteúdo In: SILVA, A.S. PINTO, J.M. (Ed.) **Metodologia das ciências sociais**. Porto: Edições Aparentamentos, 1987. p. 101-126.

WOLF, M. **Teorias das comunicações de massa**. São Paulo: Martin Fontes, 2003. 295p.

ANEXO

ANEXO A - Ficha de Classificação

Data de veiculação: _____ Edição: _____

Tipo de narrativa: Matéria especial () Factual () Especial ()

Matéria em destaque? () sim () não Duração: _____

Temática: _____

Assunto: _____

Fontes da informação: _____

Palavras-chave.

Água(s) ()

Ambiental(is) ()

Meio ambiente ()

Recurso(s) Hídrico(s) ()

Natureza ()

Rio(s) ()

Manancial(is) ()

Tipos de Associações das imagens de água: _____

Transcrição: _____