

O Código Florestal Brasileiro no Jornal Nacional

Taís Garcia Teixeira¹

Resumo

Este artigo busca identificar o uso de fontes e valores-notícia nas matérias de sobre a votação do Código Florestal Brasileiro no Jornal Nacional, em janeiro de 2012. O objetivo é verificar como ocorre a abordagem do tema ambiental na construção das notícias. Concluímos que o assunto meio ambiente foi tratado de forma superficial e o enfoque foi direcionado para uma cobertura política. As fontes usadas nas duas reportagens foram primárias e oficiais, com ênfase para os valores-notícia de conflito e simplificação, sem oferecer uma visão mais específica em termos ambientais de como repercute para a vida humana e social a alteração na legislação ambiental.

Palavras-chave: Código Florestal Brasileiro. Jornal Nacional. Telejornalismo. Jornalismo ambiental. Política

¹ Jornalista e mestre em Comunicação e Informação da Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul. e-mail: taisgtex@yahoo.com.br

*El Código Forestal de Brasil en el Jornal Nacional***Resumen**

Este artículo trata de identificar el uso de fuentes y valores de las noticias en el campo de la votación del Código Forestal de Brasil en el Diario Nacional en enero de 2012. El objetivo es ver cómo es el enfoque tema ambiental en la construcción de noticias. Llegamos a la conclusión de que el tema del medio ambiente se trató superficialmente y el foco se dirige a una cobertura política. Las fuentes utilizadas en los dos informes eran agentes de primaria y, con énfasis en el valor de las noticias de los conflictos y la simplificación, sin ofrecer una visión más específica en términos de cómo repercusiones ambientales de vida humana y social a cambio de la legislación ambiental.

Palabras clave: Código Forestal Brasileño. National Journal. Periodismo televisivo. Periodismo ambiental. Política

*The Brazilian Forest Code in the National Journal***Abstract**

This article seeks to identify the use of sources and news values in the field of on the vote of the Brazilian Forest Code in the National Journal in January 2012. The aim is to see how is the environmental theme approach in the construction of news. We conclude that the environmental issue was treated superficially and the focus was directed to a political cover. The sources used in the two reports were primary and officers, with an emphasis on news values of conflict and simplification, without offering a more specific vision in terms of how environmental repercussions for human and social life to change in environmental legislation.

Keywords: Brazilian Forest Code. National Journal. TV journalism. Environmental journalism. Policy

Introdução

O meio ambiente é um tema que ainda não foi internalizado na agenda da mídia, pois não é uma pauta diária, como política e economia, nas rotinas de produção jornalísticas. Transpor essa barreira e integrar a lista de assuntos diários é um exercício que inclui, entre uma série de avanços e conquistas, estabelecer o que se considera como critérios de seleção que elegem um tema como noticiável assim como as fontes que irão falar sobre um assunto. O novo Código Florestal Brasileiro, que representa um conjunto de leis que regulamenta o uso da terra, completou um ano em 2013. Após 14 anos de tentativa de mudança, a lei é alterada após muita discussão entre dois grupos com interesses antagônicos, que pretendiam alterar o novo texto de acordo com as necessidades pertinentes às suas intenções. São os ruralistas e os ambientalistas, representados por políticos que adotaram discursos com objetivos contrários, causando polêmicas nas votações até chegar à presidente Dilma Roussef. Após muito embate, a nova legislação é regida pela Lei nº 12.651/2012, com as alterações produzidas pela Lei nº 12.727/2012 (medida provisória que foi regulamentada).

O processo de discussão foi mais forte no ano de 2012. Sendo assim, selecionamos as duas reportagens exibidas no Jornal Nacional, em janeiro do ano passado, para verificar de que forma o tema ambiental foi apresentado. A partir desse recorte, verificamos que o caráter político direcionou o foco a um processo de votação no Congresso Nacional com pretensão de legislar para produtores rurais com espaço restrito para desdobramentos mais qualificados sobre o meio ambiente. As condições ambientais nessa questão, somando-se à característica de transversalidade que o tema permite com outros segmentos sociais, não foram contempladas no recorte examinado.

Jornalismo e ativação social

A realidade social é a pauta do jornalismo. A rotina, as pessoas, as relações, os trabalhos são alguns tópicos que delineiam o organograma chamado vida e que ajudam a estabelecer o convívio humano em sociedade. Esse arranjo social é fomentado pelo movimento que inspira tendências e ligações econômicas, políticas e culturais constantes,

mas que não acontecem de forma isolada. Os meios de comunicação estão inseridos nesse esquema organizacional que capta essa matéria-prima, transforma em conteúdo e devolve para a mesma sociedade que fornece o suplemento para a origem de todo o processo: a vida e seus prismas.

O jornalismo tem no cerne o ideal iluminista de levar esclarecimento aos seus leitores (MORETZSOHN, 2007). Desde o século XVII, a circulação dos primeiros jornais tinha a intenção de informar os cidadãos. O jornalismo é uma profissão dedicada ao outro e é uma função fundamentada no pluralismo social. É inerente da profissão procurar, produzir, criar e replicar conteúdos em forma de notícias, que instrumentalizam o indivíduo oferecendo janelas para que possa estar ciente sobre o que está acontecendo na comunidade local ou na sociedade global. O processo de construção da realidade depende da prática produtiva do jornalismo.

A relação entre o jornalista e seus destinatários estabelece-se por um contrato pragmático fiduciário social e historicamente definido. Os jornalistas têm a incumbência de recopilar os acontecimentos e os temas importantes e dar-lhes sentido. Esse contrato baseia-se em atitudes epistêmicas coletivas, que foram se compondo através da implantação do uso social da mídia como transmissores da realidade social de importância pública. A própria mídia é a primeira que realiza uma prática contínua de autolegitimação para reforçar esse papel social (ALSINA, 2009, p.47).

O contrato fiduciário pragmático da mídia de Alsina (2009) é um produto histórico da institucionalização e da legitimação do papel do jornalista perante o público. Nesse sentido, o jornalismo é amparado num contrato de comunicação proposto por Charadeau (2007), onde cinco tópicos são elencados: os sujeitos inscritos (quem fala a quem); a finalidade (para quem é dito); um domínio de saber (o que é dito); as condições em que algo é dito, e os modos como se diz. Logo, parte-se do pressuposto de que os textos jornalísticos contém a verdade e não criações imaginárias do profissional. Assim, estabelece-se um acordo tácito de confiança delegada pelo público a essa categoria profissional, de acreditação no que é produzido pela mídia. Nas palavras de Bucci (2000), o jornalismo não oferece a “verdade”, mas pode e deve, como condição da sua existência, oferecer a confiabilidade.

Alsina (2009) considera que para a construção do tema das notícias alguns fatores devem ser analisados. A começar pela tecnologia de cada meio, que condiciona a morfologia da mensagem e o uso. O segundo item é a morfologia, que se expressa na forma como os elementos são destacados na apresentação do tema, na natureza do assunto e na tipologia da informação, que avalia anormalidade, aproximação, espetaculosidade, entre outros. O terceiro é modelo de uso dos meios, que mostra o uso dado à mídia, o que seria um ponto essencial para a compreensão do processo comunicativo.

Neste contexto, tomamos a notícia como “um bem público, produzido institucionalmente, que submetida às práticas jornalísticas possibilita o acesso das pessoas ao mundo dos fatos [...]” (VIZEU, 2007, p.223). Já Beltrão (1969), considera que “notícia é a narração dos últimos fatos ocorridos ou com possibilidade decorrer, em qualquer campo de atividade e que, no julgamento do jornalista, interessam ou tem importância para o público a que se dirige” (Beltrão, 1969. p.81). Dessa forma, a definição, o olhar do jornalista, a conjugação dos fatores externos (interesses desvinculados da redação) que se impõe à compilação da notícia determinam a relação de empatia, gerando convencimento ou aversão, do público. A notícia é resultado de uma rede processual onde o objetivo principal pode ser mais do que atingir o público, e sim, servir aos interesses escusos nas entrelinhas da construção noticiosa.

A temática ambiental

O meio ambiente não está desvinculado do homem. Ao contrário, tem uma ligação orgânica que oferece condições de vida (ar, água e terra), recursos para gerar economia, lazer, cultura, tecnologia e emancipação, no sentido de prosperidades materiais e imateriais. O homem em alguma dessas esferas percebe essa relação.

Meio ambiente é o complexo das relações, condições e influências que permitem a criação e a sustentação da vida em todas as suas formas. Ele não se limita apenas ao chamado meio físico ou biológico (solo, clima, ar, flora, fauna, recursos hídricos, energia, etc), mas inclui as interações

sociais, a cultura e as expressões/manifestações que garantem a sobrevivência humana (política, economia etc) (BUENO, 2007).

Na década de 1980, houve uma expansão do movimento e o meio ambiente começou a ter mais espaço e envolvimento na arena política. Hannigan (2009) avalia que apenas na década seguinte (1990) as histórias sobre o tema ganham um estilo mais global e complexo. Nos anos 1990, após inúmeros desastres e uma conscientização maior dos jornalistas, empresários e políticos, abriram-se espaços específicos para o tema e surgiram revistas voltadas somente para tratar a temática. A partir dessa abrangência crescente de notícias ambientais na mídia, ainda que em condições específicas, jornalistas começam a se interessar e oferecer abordagens mais delimitadas sobre o tema.

O esforço de alguns jornalistas faz surgir o que chamamos de Jornalismo ambiental hoje no Brasil. Villar (1997) destaca que a descoberta do buraco na camada de ozônio, ainda em meados da década de 1980, e as primeiras incidências sobre o impacto das ações humanas no aumento do aquecimento global como fator que projetou outro olhar da mídia sobre o meio ambiente. “A imprensa brasileira reagiu às preocupações dos países do primeiro mundo, e se voltou para os problemas ambientais da Amazônia”, afirma Villar. Para Bacchetta (2000), o jornalismo ambiental é um tipo de comunicação especializada que requer preparação e conhecimento para falar de assuntos variados, como diversas ciências e teorias. É o exercício de buscar um entendimento que promova um círculo de ideias engajadas com sentido conciliador de percepção da proximidade do meio ambiente com o homem e com todas as áreas, onde ele oscila entre o centro e a margem das formações relacionais.

Jornalismo ambiental considera os efeitos da atividade humana, desde a ciência e a tecnologia em particular, sobre o planeta e a humanidade. Deve contribuir tanto pela difusão de temas complexos e pelas análises de suas implicações políticas, sociais, culturais e éticas. É um jornalismo que procura desenvolver a capacidade das pessoas para participar e decidir sobre a sua forma de vida na Terra, para assumir em definitivo a sua cidadania planetária (BACCHETTA, 2000, p.18)²

2 Tradução da autora

O jornalismo ambiental deve ser um canal de qualidade de comunicação ambiental que não se reduza a informar, mas sim, consiga despertar o interesse em refletir e conhecer mais sobre o assunto. Wilson Bueno (2008) propõe como classificação do jornalismo ambiental a função política, como mobilizadora social. As outras funções que ele agrega são a informativa (com o viés de atualização) e a pedagógica (mostra problemas e indica soluções).

O ponto que ele ressalta é que o sucesso das duas últimas categorias está condicionado ao progresso da primeira no sentido de informar um público desconhecedor do assunto e causar novas atitudes, mudanças de pensamentos e de costumes. É em torno da expectativa de modificação que se antecede a mobilização social para preparar esse público e posteriormente repassar essa perspectiva de mudança da formação da notícia de cunho ambiental. Bueno (2008) ainda explica que

essa função incorpora também uma vigilância permanente com respeito à ação dos governantes que, por omissão ou comprometimento com os interesses empresariais ou com grupos privilegiados da sociedade, não elaboram nem põe em prática políticas públicas que contribuam efetivamente para reduzir a degradação ambiental (BUENO, 2008, p. 110).

O meio ambiente tem a veiculação associada a situações pontuais. Hannigan (2009) afirma que, de uma forma geral, o tema ambiental aparece de forma dependente de outros assuntos e em busca de constante comprovação científica que legitime o espaço que está sendo ocupado. Sobre os meios de comunicação, Hannigan (2009) destaca que esses conferem importância ao tema meio ambiente, que aparece associado ao desenvolvimento da modernidade com foco numa harmonização, que disfarça a relação de conflito entre uso ambiental e aspirações econômicas. A partir dessa ótica ele assume uma lógica de formação da notícia sobre meio ambiente como o resultado de uma sucessão de etapas a serem alcançadas até chegar ao público.

As políticas (ambientais) raramente resultam de um problema racional em que os problemas são identificados com precisão e, depois, cuidadosamente ligados a soluções otimizadas. A maior

parte das políticas emergem duvidosamente, aos poucos a partir de uma complicada série de contratos e compromissos que refletem as tendências e os objetivos e necessidades de realce das agências estabelecidas, comunidades profissionais e políticos ambiciosos (WALKER apud, HANNIGAN, 1995, p.68).

Conforme esses discernimentos, Hannigan (2009) pressupõe que a notícia de cunho ambiental tem que configurar um problema social. Para isso, precisa seguir seis critérios para se tornar um problema ou uma questão ambiental e, conseqüentemente, virar notícia. São eles: “autoridade científica para validação dos argumentos; a existência dos “popularizadores” que podem combinar ambientalismo e ciência; atenção da mídia, na qual o problema é “estruturado” como novo e importante; dramatização do problema em termos simbólicos e visuais; incentivos econômicos para uma ação positiva, recrutamento de um patrocinador institucional que possa garantir legitimidade e continuidade” (HANNIGAN, 2009, p. 119). O desafio da mídia, segundo o autor, seria produzir uma notícia com elementos que a capacite a concorrer por espaço na pauta. Para atingir esse padrão ela precisa ter animação (capacidades e informação), legitimação (reconhecimento e prestígio) e demonstração do problema (competir pela atenção).

Porém, o autor destaca que a principal falha desta abordagem “é que poucos repórteres ambientais estão suficientemente bem informados para serem capazes de eficazmente avaliar a posição científica” (HANNIGAN, 1995, p.93). Este pensamento encontra respaldo em Traquina (2004) ao afirmar que a notícia “é uma construção social” e que “os jornalistas são participantes ativos na definição e construção das notícias, e, por conseqüência, da construção na realidade” (TRAQUINA, 2004, p.26).

A origem descentralizada do ambientalismo, descentralizada no sentido de ser um tema que se atrela a outros, pode ter caracterizado esta essência plural e sistêmica, onde é possível estabelecer diálogo, conexões e convergências tornando deficitária a ideia de isolamento, que conduz a uma abordagem fragmentada. O meio ambiente tem ligações com outras esferas sociais e é plausível de ter mais desdobramentos proporcionadores de novos prismas, que contribuem para entender a própria essência ambiental, em forma de notícias.

Televisão e contorno político

O jornalismo, nesse caso com ênfase no telejornalismo, reconfigura-se em novos contextos sociais, políticos econômicos e culturais. A ideia de campo, elaborada pelo sociólogo Pierre Bourdieu (2012), ajuda a entender essa perspectiva. Para o sociólogo francês, o campo não é totalizante e os limites entre esses são muito tênues. Ou seja, a limitação frágil dos contornos dos campos não impede que internamente sejam estabelecidos seu padrão dogmático teórico e prático.

Compreender a gênese social de um campo, e aprender aquilo que faz a necessidade específica da crença que o sustenta, do jogo de linguagem que nele se joga, das coisas materiais e simbólicas em jogo que nele se geram, é explicar, tonar necessário, subtrair ao absurdo do arbitrário e do não-motivado os atos dos produtores e as obras por eles produzidas e não, como geralmente se julga, reduzir ou destruir (BOURDIEU, 2012, p.69).

O campo é um espaço social onde demandas internas e externas disputam esse lugar, ou seja, os indivíduos ocupam posições e estreitam relações devido a essas posições, que são definidas por regras. Por isso, ele fala que os agentes tem que ter um *habitus* definido. O *habitus* é uma palavra de origem latina, que está relacionada a disposições. Ele ressignifica os agentes que estão disputando relações de poder dentro do campo. Para Bourdieu (2012) “o habitus, como indica a palavra, é um conhecimento adquirido e também um haver, um capital (de um sujeito transcendental na tradição idealista) o habitus, a *hexis*, indica a disposição incorporada, quase postural” (BORDIEU, 2012,p.61). Logo, podemos ver que o *habitus* para acontecer precisa de um campo. É um arranjo cercado por regras específicas, mas que não isola o campo e nem o torna impermeável diante dos demais, que o *habitus* se expressa de forma definida, onde está bem claro a posição, os instrumentos e as regras do jogo.

É enquanto instrumentos estruturados e estruturantes de comunicação e de conhecimento que os “sistemas simbólicos” cumprem a sua função política de instrumentos de imposição ou de le-

gitimação da dominação, que contribuem para assegurar a dominação de uma classe sobre outra (violência simbólica) dando o reforço da sua própria força às relações de força que as fundamentam e contribuindo assim, segundo a expressão de Weber, para a “domesticação dos dominados” (BOURDIEU, 2012, p.11),

O poder passa então de estruturador das relações sociais nos campos e o jornalismo pode ser considerado como instrumento que ajuda a legitimar os dominantes e os dominados através da capacidade de conferir visibilidade no espaço social. O campo político tem na própria natureza a relação de poder entre os agentes internos e externos do campo.

Quando estou me referindo primariamente ao campo de ação e interação que é modelado pelas instituições do estado (embora o termo possa ser aplicado com igual validade para propósitos específicos a campos de interação que são modelados por instituições situadas em níveis inferiores ou superiores ao estado, tais como instituições de governo local, de um lado, ou instituições transnacionais como a União Europeia ou as Nações Unidas, de outro lado) (THOMPSON, 2002, p. 130).

A televisão brasileira foi inaugurada em 18 de setembro de 1950 na TV Tupi- Difusora, emissora pertencente ao grupo Diário dos Associados. O crescimento inicial da televisão pode ser atribuído ao favoritismo político, que “concedia licenças para canais com um plano de ação pré-estabelecido” (Marques de Melo apud, Mattos, 2010, p.37). Dessa forma, percebe-se que o início da plataforma televisiva está imbricado ao sistema político vigente, determinando assim a forma de fazer jornalismo de tevê vinculada a forma de fazer política.

O golpe de 64 afetou diretamente os meios de comunicação de massa porque o sistema político e a situação socioeconômica do país foram totalmente modificados pela definição e adoção de um modelo econômico para o desenvolvimento nacional. O crescimento foi centrado na rápida industrialização, com tecnologia e capital externos, e baseado no tripé formado pelas empresas estatais, empresas privadas nacional e corporações multinacionais. Os

veículos de comunicação de massa, principalmente televisão, passaram a exercer o papel de difusores não apenas na ideologia do regime como também da produção de bens duráveis e não-duráveis (MATTOS, 2010, p. 31).

Além disso, o conteúdo é submetido à imposição da ditadura militar (1964-1985), que fazia um uso adequado aos fins do sistema, buscando obter benefícios sobre esse novo meio que surgia e que contava com aparatos diferentes do rádio, como a imagem.

Nos telejornais era exercido um controle tão rígido, no sentido de aliviar o quadro real da situação vivida no país que, em março de 1973, o presidente Médice fez a seguinte declaração: “Sinto-me feliz, todas as noites, quando ligo a televisão para assistir ao jornal. Enquanto as notícias dão conta de greves, agitações, atentados e conflitos em várias partes do mundo, o Brasil marcha em paz, rumo ao desenvolvimento. É como se tomasse um tranquilizantes após um dia de trabalho (MATTOS, 2010, p.35).

O Jornal Nacional quatro anos após a estreia da Rede Globo no Brasil, mais precisamente em 15 de setembro de 1969 foi a estreia do Jornal Nacional. Em 2013, o Jornal Nacional, da Rede Globo, vai completar 44 anos. Veiculado de segunda a sábado, às 20h15 min, tem quatro blocos separados por comerciais (breaks) e o tempo de produção é, em média, de 30 minutos. Ainda hoje continua sendo referência no jornalismo brasileiro. Atualmente, os apresentadores são William Bonner e Patrícia Poeta. Bonner também é editor-chefe. Em 2009, quando o JN completou 40 anos, ele lançou o livro “Jornal Nacional Modo de fazer”. No primeiro capítulo ele diz que o Jornal Nacional é

um programa jornalístico de televisão. Por ser jornalístico, apresenta temas comuns aos jornais impressos, aos programas jornalísticos de rádio, aos sites da internet voltados para notícias e, em parte, às revistas semanais de informação. Por ser um programa de televisão, procura apresentar esses temas com a linguagem apropriada ao veículo: com um texto claro, para ser compreendido ao ser ouvido uma única vez, ilustrado por imagens que despertem o interesse do público por eles-mesmo que não sejam temas de apelo popular imediato (BONNER, 2009, p. 13).

A penetração da televisão na vida dos brasileiros possibilitou uma relação estreita do JN com a sociedade, o que nos mostra que o telejornalismo é reconhecido pelo seu público como uma forma de saberes sobre a cidade, sobre a região, sobre o país, sobre o mundo. O público legitima a relação com um telejornal a partir do momento em que estabelece com ele um elo informativo.

Os telejornais cumprem uma função de sistematizar, organizar, classificar e hierarquizar a realidade. Dessa forma, contribuem para uma organização do mundo circundante. É o lugar em que os grandes temas nacionais ganham visibilidade, convertendo o exercício de publicização dos fatos como a possibilidade prática da democracia. Todo esse processo se produz num campo complexo de construção, desconstrução, significação e ressignificação de sentidos, O telejornal é hoje a grande praça pública do Brasil (VIZEU, 2008, p.7).

Assim, verificamos que a construção da realidade social pela notícia de televisão segue este padrão combinatório entre áudio e vídeo, o que pode atribuir mais versatilidade, proximidade e credibilidade pela “mobilidade audível” gerada pela conjunção que constitui a formação de notícia. Logo, a reportagem de televisão contempla essa tríplice fundamental para a notícia televisiva incorporando outros aspectos na constituição do bloco noticioso.

A reportagem é a forma mais completa forma de apresentação da notícia, pois contém o texto, as imagens a presença do apresentador, do repórter e dos entrevistados.(...) A reportagem contém as seguintes partes básicas: 1. cabeça da matéria ou lead, texto lido pelo(a) apresentador (a) do telejornal, é gancho da matéria;2. cabeça do repórter abertura da matéria; 3. sonora fala de atores envolvidos no fato; 4. off apenas a voz do repórter durante a projeção das imagens, gravada no VT;5. passagem, gravação feita pelo repórter no local do fato (DINIZ,2005, p.72)

O jornalismo televisivo através dos recursos que o individualizam ocupam um lugar central no cenário dos meios de comunicação e também atuou com liderança na condução da história política do Brasil, tendência que permanece e deve prosperar pelo próximos anos.

Valores-notícia

Para Traquina (2004), a prática do jornalismo possui em sua deontologia valores como credibilidade, liberdade de imprensa, autonomia dos profissionais, verdade e objetividade, que estão presentes quando se faz necessário definir o que é notícia e, mais ainda, como determinado acontecimento deve ser coberto. A seleção de notícias segue uma espécie de mapeamento que pontua aspectos que habilitam um tema a ser destacado como notícia. São os critérios de noticiabilidade.

A noticialidade corresponde a o conjunto de critérios, operações e instrumentos com os quais os aparatos de informação enfrentam a tarefa de escolher cotidianamente, de um número imprevisível e indefinido de acontecimentos, uma quantidade finita e tendencialmente estável de notícias (WOLF, 2008, p.196).

Os valores-notícia são um critério de noticiabilidade. Wolf (2005) explica que os valores-notícia são parte integrante de todo processo de produção jornalística, incluindo a seleção dos acontecimentos e a elaboração das notícias. Dentro dessa perspectiva, Wolf (2005) definiu a separação entre valores-notícia de seleção e valores-notícia de construção. Os valores-notícia de seleção são os critérios usados pelo jornalismo para escolher um acontecimento em detrimento de outro para ser transformado em notícia. Estes se dividem em critérios substantivos, que designam a importância de um assunto para virar notícia, e critérios contextuais, que enfatizam o contexto de produção noticiosa. Os valores-notícia como critério de construção são atributos da sua construção como notícia e orientam para a apresentação do conteúdo propondo o que merece ser destacado ou suprimido, ou seja, aponta o que deve ser valorizado na composição noticiosa.

Seguindo Wolf (2005), Traquina (2008) evidencia os valores-notícia dividindo entre critérios de seleção e construção. Os critérios substantivos de seleção, o autor português destaca que a morte é um valor fundamental para a comunidade jornalística; a notoriedade, isto é, a celebridade ou a importância hierárquica dos indivíduos envolvidos no

acontecimento tem valor como notícia; a proximidade, em termos geográficos ou culturais; a relevância, relacionada ao impacto que determinada notícia tem na vida das pessoas; o tempo, na forma de atualidade, podendo ser retomado como gancho ou como data específica para retomar um acontecimento do passado (efeméride), e quando um assunto ganha noticiabilidade e assim permanece com o passar do tempo; a notabilidade, a qualidade de ser visível ou tangível expressa em questões como a quantidade de pessoas envolvidas, a anormalidade do acontecimento, o insólito, a falha (a exemplo dos acidentes), o excesso, a escassez; o inesperado; o que surpreende a expectativas dos jornalistas; o conflito ou a controvérsia a violência física ou simbólica, a infração, a transgressão das regras (notícias sobre crimes) e que está ligado ao escândalo, acontecimento que é ponto crucial para os jornalistas.

Já os critérios de construção de notícia sugeridos por Traquina (2008) partem dos estudos de Ericson, Baranek e Chan (1987) e Galtung e Ruge (1965), onde o autor cita como critérios a simplificação (quanto mais simples, maior a chance de ser notícia), a amplificação (quanto maior a dimensão, maior a possibilidade de notabilidade), a relevância (quanto mais sentido, mais chance de notabilidade), a personalização (quanto mais focado em pessoas, maior a oportunidade da notícia ser vista) e dramatização (reforço de aspectos de natureza emocional ou conflitual).

As fontes

Para este trabalho, nos interessa verificar como os valores-notícia se relacionam com o uso das fontes de informação. Usaremos a classificação de Lage (2011), onde as fontes são divididas em fontes oficiais, oficiosas e independentes, primárias e secundárias, testemunhos e experts. As fontes oficiais são mantidas pelo Estado, por instituições que preservam algum poder de Estado, por empresas e organizações, como sindicatos, associações, fundações etc. As fontes oficiosas são aquelas ligadas a uma entidade ou indivíduo, e estão autorizadas a falar em nome do órgão a qual estão vinculadas. As fontes independentes são aquelas desvinculadas de uma relação de poder ou interesse específico em cada caso. Das três, as fontes oficiais são tidas como as mais confiáveis, onde, segundo o autor, não costumam ser mencionadas e os dados divulgados não são questionados.

O testemunho é normalmente composto por pessoas que viram, testemunharam um fato de forma integral ou participaram de etapas. Experts são geralmente fontes secundárias que relatam versões ou interpretações de eventos. As fontes primárias são consultadas para colher o essencial para fazer uma matéria. Fornecem fatos, versões e números. Já as fontes secundárias são consultadas para entender um assunto e em contextos ambientais.

Análise

As reportagens desse artigo estão disponibilizadas no site da Rede Globo (www.globo.com). Para este estudo, utilizamos o título que está no site para separar e indicar cada matéria. A denominação dada para a primeira reportagem, exibida no dia 6 de março, é “Votação do Código Florestal é suspensa após reclamações do PMDB”, e teve 1’38” de duração. A segunda, exibida no dia 7 de março, é “Ambientalistas protestam contra a votação do novo Código Florestal”, 1’40”. Os valores notícias de seleção e os de construção são praticamente os mesmos nas duas matérias, sendo que são acentuados em diferentes graus em cada uma.

Na primeira reportagem, os valores-notícia de seleção mais usados são os de conflito ou controvérsia, tempo (continuidade) e infração. O conflito fica reduzido às disputas de poder entre PT e PMDB. O tempo (continuidade) deixa transparecer que o conflito vai continuar e que a votação do Código Florestal acabou sendo adiada e prejudicada devido a questões puramente políticas e que não estavam relacionadas à votação em questão. A infração aparece no sentido de menosprezar a pauta ambiental, que seria o objeto de votação, em decorrência de assuntos pertinentes a interesses entre o partido governista (PT) e o de oposição (PMDB). A notabilidade, a notoriedade e o tempo (novidade) ficam na esfera da visibilidade do embate em torno de poder, a notoriedade porque tal circunstância cancelou uma votação e o tempo (novidade) enfatiza que esse duelo de poder foi mais importante do que votar o Código Florestal Brasileiro, que foi relegado a outro plano. Já a proximidade, relevância e tempo (efeméride), em relação à votação do Código Florestal, praticamente não aparecem no âmbito da política nem no meio ambiente e a morte é uma característica nula. Os valores-notícia de construção, simplificação aparece na questão propriamente ambiental

que é reduzida a uma votação política, a personalização está nas autoridades políticas configuradas como relatores, ambientalistas e ruralistas, a dramatização em torno da defesa do meio ambiente, pelos ambientalistas, dos ruralistas, que visam a produtividade, a relevância ambiental é mínima e a amplificação fica para o jogo político. As fontes são oficiais e primárias.

Na segunda reportagem, ambientalistas protestam em frente ao Congresso. Os ruralistas não querem aceitar recuperar as áreas desmatadas. O conflito ou controvérsia são claros nessa situação. O período de resolução fica em aberto direcionando para o valor-notícia de tempo (continuidade). Os ruralistas não querem “corrigir” o que está sendo proposto pelo novo texto, o que remete a característica de infração. A notabilidade, a notoriedade e o tempo (novidade) ficam pela visibilidade em torno da disputa entre ruralistas e ambientalistas, o ambientalista que “surfa” no lago em frente ao Congresso Nacional, e o conflito ganha aspecto de novidade. Já a proximidade, relevância e tempo (efeméride), em relação à votação do Código Florestal, são pouco acentuados na esfera política e ambiental, e a morte é uma característica nula. Os valores-notícia de construção de simplificação da questão ambiental é evidente diante do foco no desconforto entre PT e PMDB gerado por interesses contrários no governo. A personalização está nos políticos do PT e PMDB apresentando justificativas que explicam o posicionamento de cada partido, a dramatização em torno da disputa entre dois partidos tradicionais e muito influentes na história política do Brasil. As fontes são oficiais e primárias.

Considerações finais

Nas duas reportagens exibidas no Jornal Nacional em janeiro de 2012, percebe-se que os valores-notícia tanto de seleção como de construção foram utilizados para deixar proeminente o viés político acima do ambiental em relação à votação do Código Florestal. O mesmo fica claro no uso de fontes restritas a fontes oficiais, ou seja, governamentais, e primárias, já que se obteve versões e fatos ao invés de ser acrescentado o parecer de especialistas, de ambientalistas ou instituições ambientais.

Percebe-se o processo de votação do Código Florestal Brasileiro foi tratado como cobertura política. A temática ambiental que poderia ter sido abordada de uma forma mais complexa, já que o momento era de definição da nova legislação ambiental, um momento propício para instaurar um debate mais sério e esclarecedor, optou-se por tirar do centro de discussões e deixá-lo sucumbir pelas disputas políticas por poder dentro da esfera governamental. O foco ficou centralizado dos entendimentos e desentendimentos entre partidos políticos. A questão ambiental perdeu espaço, interesse e relevância para a arena política.

Referências Bibliográficas

ALSINA, Miquel Rodrigo. A Construção da Notícia. Petrópolis, RJ: Vozes, 2009.

BACHETTA V., El periodismo Ambiental. In: V.L., BACHETTA (org). Ciudadanía Planetaria: Temas y desafios del periodismo ambiental. Uruguai: Federacón de Periodistas Ambientales/Fundacion Fridrich Ebert: 2000.

BELTRÃO, Luiz. A imprensa informativa. São Paulo: Folco Masucci, 1969.

BONNER, Willian. Jornal Nacional: modo de fazer. São Paulo: Globo, 2009.

BOURDIEU, Pierre. O Poder Simbólico. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2012.

BUCCI, Eugênio. Sobre Ética e Imprensa. São Paulo: Companhia das Letras 2000.

BUENO, Wilson. Comunicação, jornalismo e meio Ambiente. São Paulo: Mojoara, 2007.

_____. Jornalismo ambiental: explorando além do conceito. In: GIRARDI, Ilza; SCHWAAB, Reges (org.). Jornalismo ambiental – Desafios e reflexões. Porto Alegre: Editora Dom Quixote, 2008

CHARAUDEAU, Patrick. Discurso das Mídias. São Paulo: Contexto, 2007.

DINIZ, M. L. P. Oralidade e escrita na TV: relação camuflada. Estudos Lingüísticos 31, revista do GEL - Grupos de Estudos Lingüísticos do Estado de São Paulo, São Paulo.

HANNIGAN, John. Sociologia Ambiental – A formação de uma perspectiva social. Lisboa: Instituto Piaget, 1995.

_____. Sociologia Ambiental . Petrópolis: Editora Vozes, 2009.

MATTOS, Sérgio. A evolução histórica da televisão brasileira. In: VIZEU, Alfredo; PORCELLO, Flávio; COUTINHO, Iluska (Orgs). 60 anos de telejornalismo no Brasil: história, análise e crítica. Florianópolis: Insular, 2010.

MORETZSOHN, Sylvia. Pensando Contra dos Fatos-jornalismo cotidiano: do senso comum ao sendo crítico. Rio de Janeiro: Revan, 2007.

THOMPSON, John B. A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia. Petrópolis, RJ: Vozes, 2012.

TRAQUINA, Nelson. Teorias do Jornalismo, porque as notícias são como são. Florianópolis, Insular. 2004.

VIZEU, Alfredo. O newsmaking e o trabalho de campo. IN: Cláudia Lago, Márcia Benetti. Metodologia de pesquisa em jornalismo. Petrópolis: Vozes, 2007.

_____. (Org). Sociedade do telejornalismo. Petrópolis: Vozes, 2008

VILLAR, R. (1997, outubro). Jornalismo Ambiental: evolução e perspectivas. Laboratório Ambiental de Jornalismo, Agir Azul. Campo Grande, MT: UFMT. Recuperado em 27 fevereiro de 2012. <http://www.agirazul.com.br/artigos/jorental.htm>

WOLF, Mauro. Teorias das Comunicações de Massa. 2.ed. São Paulo: Martins Fontes, 2005.