



Rio Mãe Luzia: a atuação das rádios AM de Criciúma na cobertura jornalística do Dia Mundial da Água em 2016¹

Mãe Luzia's River: the acting of AM's radios in the news coverage on 2016's World Water Day

Francine Ferreira²
Marli Vitali³

Resumo

O Rio Mãe Luzia é um manancial que passa por cinco cidades do sul catarinense. Apesar de ser uma forte possibilidade de abastecimento da população para o futuro, nas últimas décadas veio sendo completamente poluído. Para tentar tornar essa água potável novamente, uma campanha pela sua despoluição foi criada em 2014. Tendo em mente esta pauta, de extrema relevância jornalística, o presente artigo buscou analisar, através das Teorias do Gatekeeper e do Agendamento, qual foi (e se existiu) a veiculação de notícias sobre o assunto nas rádios AM de Criciúma – Eldorado e Hulha Negra – no Dia Mundial da Água em 2016. Para tanto, foram analisadas 24 horas da programação de cada emissora, bem como entrevistados os seus respectivos coordenadores de jornalismo para entender os motivos que levam ao posicionamento editorial de cada rádio. O resultado confirmou o que já se imaginava: que a veiculação de pautas envolvendo o jornalismo ambiental, especialmente esta campanha pela despoluição do Rio Mãe Luzia, está totalmente comprometida, principalmente, por questões econômicas.

Palavras-chave: Teorias do Jornalismo; Jornalismo Ambiental; Rio Mãe Luzia.

Abstract

Mãe Luzia's River is a source that passes through five cities in the South of Santa Catarina. Although being a strong possibility of supply to the population for the future, in the last decades it turned totally polluted. Trying to make this water potable again, a campaign for the remediation was created in 2014. Thinking about this topic, that is really important in journalism, this article seeks to analyze, by the theories of Gatekeeper and Agenda Setting, what was (and if existed) the serving news about this topic in the AM's radios in Criciúma – Eldorado and Hulha Negra – on 2016's World Water Day. For this, 24 hours for each station were analyzed, and their journalism coordinators were interviewed to understand the reasons

¹ Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Graduação em Jornalismo da Faculdade SATC, como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel em Jornalismo.

² Francine Ferreira – Acadêmica de Jornalismo – francine.fee@gmail.com.

³ Marli Vitali – Professora Orientadora - Faculdade Satc – marli.vitali@satc.edu.br.



that lead to the editorial position of each station. The result just confirmed what was expected: that the placement of guidenes involving environmental journalism, especially the campaign for the remediation of Mae Luzia's River, is fully committed, mainly for economic reasons.

Keywords: Journalism Theories, Environmental Journalism, Mãe Luzia's River.

Introdução

Pertencente à bacia hidrográfica do Rio Araranguá, o Rio Mãe Luzia está localizado no sul de Santa Catarina, com nascente no município de Treviso. De acordo com Carola e Dassi (2014), seu curso passa pelas cidades de Siderópolis, Nova Veneza, Forquilha e Maracajá, quando se junta ao Rio Itoupava e forma o Rio Araranguá.

Analisando o passar dos anos, desde o século XV, quando apenas os índios Guaranis viviam nas margens do rio Mãe Luzia, é possível dizer que ele teve sua paisagem inteiramente modificada. Principalmente depois da chegada europeia representada pelos grupos de bandeirantes e padres jesuítas, a partir do século XVI. Deste momento em diante, as águas do Rio Mãe Luzia começaram a ser utilizadas para promover o crescimento da região: as pessoas as usavam para fins domésticos, de transporte, para pesca e para irrigação de plantações.

Até o século XX paisagens preservadas puderam ser vistas. No entanto, a partir da década de 1940, com a chegada da indústria do carvão e a intensificação da agricultura, principalmente com a produção de arroz, a realidade mudou completamente. E com o passar dos anos, outras formas de poluição vieram a contribuir para a degradação das águas do Mãe Luzia: as atividades industriais, o desmatamento, os esgotos domésticos e os resíduos urbanos. Desde então, a vida nas águas foi diminuindo gradualmente, e as emoções de ter visto o processo de “morte” do rio ainda aborrecem algumas pessoas (CAROLA; DASSI, 2014).

É na linha da revolta, por conta da poluição, sentida pelos antigos moradores da cidade, que viram o rio ainda na época em que estava despoluído, que entra o papel do jornalismo ambiental, e da militância que este setor pode proporcionar na busca pela preservação. Nessa perspectiva Bueno (2007, p. 11) afirma que “o compromisso primeiro e inadiável dos jornalistas é com a conscientização, com a mobilização de braços e mentes, com a superação das desigualdades, com a denúncia dos grandes interesses”.

Em virtude da publicação, em 2014, do livro “Era uma vez o rio Mãe Luzia...”, dos professores Carlos Renato Carola e Nilso Dassi, formou-se uma comissão, composta por representantes de Nova Veneza, Siderópolis, Forquilha, Maracajá e Treviso, além da Universidade do Extremo Sul Catarinense (Unesc), para dar vida ao projeto de despoluição das águas. No dia 28 de novembro de 2014 foi oficialmente criado o “Fórum Permanente de



Restauração e Revitalização do Rio Mãe Luzia”, no Palácio das Águas, em Nova Veneza (UNESC, 2014).

Falando da própria questão ambiental, Carola e Dassi (2014) acreditam que não há dúvidas de que é possível e viável a reabilitação das águas do rio Mãe Luzia, o que traria benefícios para a revitalização da vida de todos os seres vivos que têm contato direto, ou indireto, com as águas do rio. Desde a formação da comissão, o tema tem permeado a região, uma vez que tal Fórum permanece ativo até os dias atuais, trabalhando na busca de projetos que viabilizem e coloquem em prática a campanha pela despoluição.

Pensando na contribuição com uma sociedade consciente, que no futuro gere resultados concretos e eficazes, pode-se afirmar que essa despoluição do Rio Mãe Luzia é, também, um assunto relevante no meio jornalístico.

Com isso, tem-se como tema, que resultará na análise do presente artigo, a abordagem jornalística feita por duas rádios AM de Criciúma – Eldorado e Hulha Negra – referente à campanha pela despoluição do Rio Mãe Luzia, no Dia Mundial da Água em 2016.

Assim, o problema da pesquisa é: como foi feita a abordagem jornalística nas rádios AM de Criciúma, sobre a campanha pela despoluição do Rio Mãe Luzia, no Dia Mundial da Água em 2016? Para responder a esse questionamento, o objetivo geral será analisar, através das Teorias do Agendamento e Gatekeeper, de que forma (e se existiu) tal cobertura jornalística.

Por consequência, definiu-se como objetivos específicos: apresentar a história do Rio Mãe Luzia, bem como a existência da campanha de despoluição iniciada no fim de 2014; explicar a importância da abordagem do jornalismo ambiental na sociedade; avaliar a programação das rádios AM de Criciúma no Dia Mundial da Água em 2016 e, se houve, qual abordagem dada ao Rio Mãe Luzia e sua campanha de despoluição; descobrir se as rádios AM de Criciúma dão espaço em suas programações para assuntos envolvendo o jornalismo ambiental; e, por fim, avaliar, através das Teorias do Agendamento e Gatekeeper, os motivos que definem o posicionamento de tais emissoras.

A definição, em específico, das rádios de sinal AM de Criciúma dá-se pelo fato de, segundo Zuculoto (2012), as emissoras que ainda trabalham neste segmento terem o radiojornalismo como carro-chefe consolidado durante a programação.

Para tal análise, o caminho teórico que se pretende percorrer abordará algumas teorias do jornalismo, como a do Agendamento (PENA, 2008; SOUSA, 2002), em que o assunto poderia ter vindo à tona, caso fosse de interesse dos jornalistas em questão, utilizando a factualidade do Dia Mundial da Água; e a do Gatekeeper (TRAQUINA, 2005), uma vez que a veiculação da notícia, ou não, é definida pelo editor do veículo.



1. Teorias do Jornalismo: Agendamento e Gatekeeper

Com o passar dos anos, tornou-se cada vez mais evidente e necessário o estudo do papel do jornalismo, e conseqüentemente dos jornalistas, na sociedade. Segundo Traquina (2005), ao longo de décadas, diversos estudos sobre o ramo formaram inúmeras teorias a respeito das ações desempenhadas na busca pela informação, pela notícia.

Neste âmbito, pode-se afirmar que as chamadas Teorias do Jornalismo buscam responder, além de tantos outros questionamentos, à conhecida pergunta: “por que as notícias são como são?”.

Com este foco, inseridas às Teorias do Jornalismo e diretamente ligadas às reflexões do jornalismo, estão a Teoria do Gatekeeper e a Teoria do Agendamento (ou Agenda-Setting). Conforme Paiva (2009), são duas teorias de referência na produção de notícias, uma vez que a dizem respeito à forma que a notícia é tratada pelo emissor.

1.1 Teoria do Gatekeeper

Sendo considerada a primeira teoria criada na literatura acadêmica sobre o jornalismo, a Teoria do Gatekeeper, surgiu na década de 1950. O estudioso David Manning White foi o primeiro a aplicar tal conceito ao jornalismo, e com isso, criou “uma das tradições mais persistentes e prolíferas na pesquisa sobre as notícias” (TRAQUINA, 2005, p. 149).

Antes disso, Paes (2008) conta que a teoria em si, teve origem em 1947, na pesquisa psicológica de vários aspectos sociais, realizada por Kurt Lewin. Pena (2008) complementa que o estudo foi feito, inicialmente, para estudar problemas ligados à mudança de hábitos alimentares de um grupo de pessoas. No desenrolar do estudo, Lewin percebeu que era a decisão doméstica (de uma pessoa), que definia que tipos de alimentos seriam comprados para o consumo dos demais membros da família.

Transmitindo o conceito para a área jornalística, Pena (2008, p. 133) classifica o Gatekeeper como sendo:

Um clássico exemplo de teoria que privilegia a ação pessoal. [...] O conceito refere-se à pessoa que tem o poder de decidir se deixa passar a informação ou se a bloqueia. Ou seja, diante de um grande número de acontecimentos, só viram notícia aqueles que passam por uma cancela ou portão (*gate* em inglês).

E a escolha de qual notícia passará ou não pelos portões, para ser posteriormente publicada, está diretamente ligada ao jornalista que tem esse papel. O próprio White chegou a conclusão, em seus estudos sobre o tema, que esse processo de seleção é subjetivo e arbitrário, uma vez que essas decisões são tomadas com base no próprio juízo de valor, nas experiências,



atitudes e expectativas do *gatekeeper*, ou seja, de quem é o responsável por publicar, ou não, a informação. (TRAQUINA, 2005).

O mesmo autor completa, reforçando que “a Teoria do *Gatekeeper* analisa as notícias apenas a partir de quem a produz: o jornalista. [...] Uma teoria que se situa ao nível da pessoa jornalista, individualizando uma função que tem uma dimensão burocrática inserida numa organização” (TRAQUINA, 2005, p. 151).

E a partir desta afirmação, por conta da realidade em que está inserida a maioria dos jornalistas atualmente, Paiva (2009, p. 4) propõe uma linha tênue, que acaba por modificar a abordagem dos assuntos: “ao tratar-se de um indivíduo inserido em uma organização, como ocorre corriqueiramente na área de jornalismo, esse acaba fazendo uma escolha segundo princípios organizacionais”.

A afirmação é confirmada quando Fernandes (2011, p. 7) explica que a Teoria do *Gatekeeper*:

Baseia-se numa seleção de informação, mas de tal forma que a maior parte do *gatekeeping* cabe ao espaço organizacional, pois coloca limites ao trabalho do jornalista, que acaba por se submeter às políticas e aos interesses corporativos.

Com isso, pode-se concluir que a Teoria do *Gatekeeper* trata-se, basicamente, do poder de escolha do editor/jornalista, em definir o que ganhará espaço e será notícia no veículo de comunicação para qual trabalha. Seja uma escolha definida por interesses próprios ou da própria organização.

1.2 Teoria do Agendamento

A Teoria do Agendamento (ou *agenda-setting*) sugere que a mídia tem um papel consideravelmente importante para definir e pautar o que será discutido na sociedade de forma geral. A afirmação se confirma com Pena (2008, p. 142) que ressalta que essa teoria “defende a ideia de que os consumidores de notícias tendem a considerar mais importantes os assuntos que são veiculados na imprensa, sugerindo que os meios de comunicação agendam nossas conversas”.

Assim como Barros Filhos (2001, p. 169, *apud* Barretta e Cervi, 2012, p. 7) que define a *agenda-setting* como a “hipótese segundo a qual a mídia, pela seleção, disposição e incidência de suas notícias, vem determinar os temas sobre os quais o público falará e discutirá”. E cuja definição se complementa com Wolf (2001, p. 144, *apud* BARRETTA; CERVI, 2012, p. 7) que completa que “as pessoas têm tendência de incluir ou excluir em suas



agendas (seu conhecimento) aquilo que a mídia inclui ou exclui da agenda dela, como atribuir importância àquilo que os meios de comunicação destacam como relevantes”.

Na década de 1960, Cohen (1963, p. 120, *apud* Sousa 2002, p. 158) já havia dado o perfil que seguiria essa nova teoria, quando destacou que a comunicação social “pode não ter frequentemente êxito em dizer às pessoas o que tem que pensar, mas surpreendentemente tem êxito ao dizer às pessoas sobre o que devem pensar”.

No entanto, o forte debate em torno deste assunto surgiu em 1972, nos Estados Unidos. Barretta e Cervi (2012) explicam que apesar de muitos estudos já apontarem a influência da mídia na agenda pública e das pessoas, foi apenas em 1972 que o termo *Agenda-Setting* surgiu, após a publicação do artigo *The agenda-setting function of the Mass Media*, de autoria de Maxwell McCombs e Donald Shaw, elaborado a partir de um estudo da campanha eleitoral para a Presidência dos Estados Unidos de 1968.

Com a publicação, no início da década de 1970, então, o objetivo dos estudos em torno do assunto passou a ficar mais fortalecido.

O objetivo não é mais analisar o papel da mídia na mudança de opiniões, mas sim sua influência na formação e mudança de cognições, ou seja, na forma como as pessoas apreendem (e aprendem) as informações e formam seu conhecimento sobre o mundo (PENA, 2008, p.144).

O surgimento da Teoria do Agendamento representou a quebra de paradigmas na sociedade, sobre os reais efeitos dos meios de comunicação. “Até então e, sobretudo nos EUA, prevalecia a ideia de que a comunicação social não operava diretamente sobre a sociedade, já que a influência pessoal relativizaria, limitaria e mediatizaria esses efeitos” (SOUSA, 2002, p. 159).

No entanto, com a Teoria do Agendamento se tornando cada vez mais conhecida, foi ganhando força o argumento de que o jornalismo tem o poder de ajudar a definir o que será debatido na sociedade, a partir do momento em que o veículo de comunicação determina o que e de que forma, o acontecimento será noticiado. Afirmação que se comprova com McCombs e Schaw (1972, *apud* SOUSA, 2002, p. 159):

A teoria do *agenda-setting* mostrava, pelo contrário, que existiam efeitos sociais diretos, pelo menos quando determinados assuntos eram abordados e estavam reunidas um certo número de circunstâncias. Quanto maior fosse a ênfase dos media sobre um tema e quanto mais continuada fosse a abordagem desse tema, maior seria a importância que o público lhe atribuiria na sua agenda.

Por conta de estudos como o desta teoria, se é possível ilustrar o poder que a mídia exerce na opinião pública, e conseqüentemente na política. Conforme argumenta Milone (2012), que avalia que é através da função principal da mídia, a de salientar informações, tópicos e temas, que a opinião pública definirá a relevância sobre o que é tratado. “Quer-se dizer com



isso, que a relevância de um determinado assunto na opinião pública e no cenário político – que, por sua vez, atende e responde à opinião pública - fica restrito e determinado à intensidade noticiosa com que a mídia o divulga” (MILONE, 2012, p.186).

No entanto, essa hipótese de agendamento não defende, necessariamente, que a mídia queira persuadir seu público, e sim, que seja algo, de certa forma, automático, uma vez que essa influência que os veículos tem em determinar as conversas dos cidadãos vem “da dinâmica organizacional das empresas de comunicação, com sua cultura própria e critérios de noticiabilidade” (PENA, 2008, p. 144).

Além disso, essa temática também põe em cheque outra análise: a de evolução da perspectiva quantitativa para uma abordagem representativa. Sendo que o que passa a valer, neste caso, não é o significado imediato do que está sendo veiculado, e sim, o impacto que essa exposição acumulada e cotidiana causará na formação de opiniões e novas crenças para quem recebe a informação (PENA, 2008).

Para que se chegue a isso, o autor (2008, p. 145) ainda destaca três características básicas que culminam nessa ação:

Acumulação: é a capacidade da mídia para criar e manter a relevância de um tema; Consonância: as semelhanças nos processos produtivos de informação tendem a ser mais significativas do que as diferenças; Onipresença: o fato de a mídia estar em todos os lugares com o consentimento do público, que conhece sua influência.

Por fim, na atualidade, com o advento cada vez maior da internet, segundo Milone (2012) há quem veja o aumento de abordagens feitas por indivíduos de forma online como uma ferramenta para minimizar o chamado agendamento.

No entanto, o autor citado acredita que, por mais que existam muitos novos indivíduos gerando informação, ainda existirá certa seleção de fontes consideradas legítimas, o que manteria a *agenda-setting* em funcionamento. “De tal maneira, o domínio exercido pelas empresas comunicacionais seria apenas transferido para a rede virtual e o agendamento reincidiria sob esta nova plataforma” (MILONE, 2012, p. 89).

Além do viés das Teorias do Gatekeeper e Agendamento citadas até então, torna-se válido argumentar, também, a respeito da importância do Jornalismo Ambiental para a sociedade como um todo, bem como da necessidade de os veículos de comunicação cederem espaço para o debate proposto neste estudo.

2. Jornalismo Ambiental

O primeiro conceito que o acadêmico ou profissional do jornalismo aprende, ao entrar na profissão, são os pontos básicos para o jornalista investigar e cobrar, conforme Geraque (2004, p. 95), “sempre tendo como objetivo falar para a sociedade como um todo”.

No que diz respeito a esta reflexão, quando se discute a função social que o profissional do jornalismo tem no meio em que vive, seria necessário acrescentar alguns outros questionamentos, voltados principalmente para o senso crítico, para que o jornalista, por exemplo, siga também o viés da luta ambiental, e não caia no chamado senso comum que, para Trigueiro (2005, p. 279) é “alienado e insano, na direção do imediatismo, do lucro fácil e rápido, do projeto individual em detrimento do coletivo, da globalização assimétrica, da indiferença à lenta agonia de um planeta que dá evidentes sinais de saturação”.

O autor ainda argumenta que é necessário que seja repassado aos acadêmicos, em seu período de formação, a importância de se revelar, quando o profissional estiver trabalhando nos veículos de comunicação pela sociedade afora, os “impactos sem precedentes que pessoas, empresas, governos e, de uma forma mais ampla, o atual modelo de desenvolvimento, geram sobre os recursos naturais, a qualidade de vida e a desigualdade social” (TRIGUEIRO, 2005, p. 278).

É neste âmbito que se confirma a importância do jornalismo ambiental na sociedade. Geraque (2004) afirma que o modelo de cobertura, neste caso, é o que abre espaço para tratar de assuntos sociais e culturais, além dos político-econômicos já tratados com frequência. Colombo (2010, p. 7) complementa, definindo Jornalismo Ambiental como a formação ou especialização do jornalista “nos fatos relacionados ao meio ambiente, à ecologia, à fauna, à flora e a natureza, principalmente quando se trata em relatar sobre a sustentabilidade e da biodiversidade”.

A parte ambiental no jornalismo entra em cena quando se menciona o fato de que o jornalismo ambiental em si deve estar sintonizado com a diversidade, ou seja, buscando potencializar o diálogo com fontes que possuem visões diferenciadas. Neste sentido, afirma Bueno (2007, p; 14) que a “sua missão será sempre compatibilizar visões, experiências, e conhecimentos que possam contribuir para a relação sadia e duradoura entre homem (e suas realizações) e o meio ambiente”.

Já Trigueiro (2005, p. 292), ressalta que “uma das premissas do jornalismo ambiental é perceber a realidade que nos cerca de um ângulo mais abrangente, privilegiando a qualidade de vida no planeta e do planeta”. O que se completa com a colocação de Fonseca (2004) que reforça que muito mais do que repetir o que as pessoas já sabem, o jornalismo



ambiental existe para contribuir na difusão de informações importantes, que venham com objetivo de fazer a população conhecer os problemas, para que na sequência, possa articular soluções.

Sendo assim, há também o papel educacional para o jornalismo ambiental. John (2001, p. 88) destaca que:

Diferente dos jornalistas de política, economia, polícia, internacional e mesmo esportes e lazer, o papel desempenhado pelos jornalistas ambientais ultrapassa os limites da notícia e penetra no campo incerto da educação. Incerto para jornalistas, que não têm, necessariamente, uma formação de educadores, mas acabam contribuindo para a formação de cidadãos “ambientalmente educados”, em suas tentativas diárias de traduzir as Ciências da Vida e da terra para uma linguagem comum.

Uma das funções da mídia é melhorar a qualidade de vida nas cidades, e este fator está diretamente ligado às questões do meio ambiente. Com isso, os veículos de comunicação precisariam se engajar na batalha da preservação e, além disso, “fazer campanhas públicas, informar sobre novos estilos de vida, abrir espaço para ideias alternativas, e cobrar soluções criativas do poder público” (BELMONTE, 2004, p. 35).

O que, conseqüentemente e de certa forma, fugiria do preceito da imparcialidade que os jornalistas devem seguir no dia a dia de sua profissão. Mas Trigueiro (2005) defende que, neste caso, quebrar o dogma da imparcialidade seria algo válido, justamente por se aliar a questões de busca por melhorias no ambiente em que todas as pessoas vivem, como posicionamentos a favor “da sustentabilidade, do uso racional dos recursos naturais, do equilíbrio que deve reger as relações do homem com a natureza, do transporte coletivo, da energia limpa [...] e de tudo aquilo que remete à ideia de um novo modelo de civilização” (TRIGUEIRO, 2005, p. 300).

Colocação que se confirma com o posicionamento de Bueno (2007), que afirma que o jornalismo ambiental deve sempre militar pela causa, buscando a conscientização das pessoas para superar desigualdades e denunciar grandes interesses, uma vez que o princípio básico da profissão deve ser sempre democratizar o conhecimento e ampliar os debates. “Isso significa repudiar a neutralidade, tomar partido, investigar as causas e conseqüências da ação nefasta dos grupos econômicos que degradam o meio ambiente” (BUENO, 2007, p. 11).

No entanto, uma cobertura jornalística e ambiental de qualidade acaba colidindo, muitas vezes, nas dificuldades que a mídia impõe pelo caminho. Geraque (2004) avalia que coberturas aprofundadas sobre este assunto são praticamente inexistentes na imprensa brasileira e mundial, que ainda não dão o valor devido às questões ambientais.

Colombo (2010) ainda exemplifica, enumerando três ocasiões em que a imprensa brasileira se preocupa em falar sobre meio ambiente: catástrofes naturais ou acidentes graves



que causaram algum dano à natureza; relatórios publicados em fontes confiáveis que tragam dados atualizados sobre o aquecimento global; e no dia 3 de julho, data em que é celebrado o Dia Mundial do Meio Ambiente.

As exceções a esta afirmação viriam apenas de cadernos especiais ou veículos especializados. E a explicação para tal fato não estaria na falta de profissionais interessados ou preparados para levantar essas discussões, e sim, na dificuldade que esses profissionais encontram nos próprios veículos de comunicação em que trabalham (GERAQUE, 2004).

Como reforça Belmonte (2004, p. 21-22):

Muitos jornalistas, de norte a sul, são simpatizantes da luta ecológica, apesar de a maioria não admitir publicamente, talvez para não sofrer represálias ou virar motivo de chacota. As reportagens quase sempre são fruto do interesse e da curiosidade do próprio jornalista. Dificilmente resultam de uma decisão de chefias, pois o status editorial ainda não é proporcional ao tamanho da crise ecológica planetária.

E esse status editorial vem, muitas vezes, de imposições de chefias, porque estes estão ligados a empresas públicas ou privadas que, por sua vez, tem ações que andam contra a sustentabilidade. “Para essas empresas, uma exposição ruim na mídia pode desencadear uma sucessão de desastres que vão de um ligeiro arranhão na imagem à perda de credibilidade, com eventuais impactos no faturamento e na cotação das ações no mercado” (TRIGUEIRO, 2005, p. 295).

Afirmção que se confirma, também, com Girardi; Massierer; Schwaab (2006), o ressaltarem que o trabalho jornalístico sofre pressão e é influenciado pelos aspectos econômicos que estão ligados à organização para qual o profissional trabalha, já que, essa empresa de comunicação está ligada a outros setores da economia que, por sua vez, estão “de costas para aspectos sociais, culturais e ecológicos” (GIRARDI; MASSIERER; SCHWAAB, 2006, p. 3).

É neste ponto que Scharf (2004, p. 49) declara que “a imprensa brasileira, tão gabaritada para cobrir assuntos econômicos, costuma derrapar quando tem que encarar reportagens sobre desenvolvimento econômico sustentável”.

E ainda completa, argumentando que a mídia, de forma geral, reluta em reconhecer a importância dos aspectos ambientais da economia, e que são poucos os jornalistas que conseguem explorar este assunto de maneira inteligente, conseguindo fazer ligações bem estruturadas entre a natureza e o mundo do dinheiro.

Tal deficiência se explica em parte, por um erro histórico: achar que o meio ambiente só interessa a jovens românticos e idealistas. Por tradição ou preconceito, boa parte da imprensa trata a questão ambiental como algo superficial, espetacular, que atrai pelo que tem de belo ou destrutivo, e não por seu impacto concreto: político, econômico ou social (SCHARF, 2004, p.51).



Desta forma, como alega Belmonte (2004, P.18), o que acaba predominando nos noticiários pelo país e pelo mundo, sobre a editoria de meio ambiente “é a cobertura pontual, com bastante destaque para momentos de crise (desgraças, de preferência) e pouco espaço para análises, investigações, interpretações e apresentação de novos caminhos”.

Fato que se explica, também, com a análise de Trigueiro (2005), a respeito de a factualidade não ser uma aliada do jornalismo ambiental. Isso porque as questões ambientais dão conta de alertas para acontecimentos que, na maioria das vezes, impactarão a sociedade daqui a algumas décadas. E na cobertura cada vez mais imediatista que vem ganhando espaço na mídia atualmente, assuntos como este se tornam menos interessantes, se comparados a outros acontecimentos mais factuais, que impactam o momento atual da vida das pessoas.

Mas para que uma visão ambiental seja incorporada ao jornalismo, Girardi; Massierer e Schwaab (2006) acreditam que seja necessário não se limitar à tal factualidade mencionada acima, e sim, oferecer argumentos que levem o receptor da informação a entender o sentido ou significado de grande importância que a informação tem, em relação aos demais acontecimentos factuais do dia.

Sendo assim, entendemos que o assunto meio ambiente não deve ganhar espaço esporadicamente, nem estar presente apenas em função de acontecimentos normais ou gerados pelos atores sociais. Apontamos, sim, para a tarefa da mídia de colocar a reflexão ambiental como ponto fundamental da rotina jornalística. (GIRARDI; MASSIERER; SCHWAAB, 2006, p.8)

Em meio a este debate, a mídia deve ter um papel relevante e de responsabilidade no que diz respeito à participação efetiva na formação ambiental dos cidadãos. Desta forma, os veículos de comunicação devem priorizar a prevenção, não somente em calamidades, mas no dia a dia. “A maioria das pessoas depende dos jornais como a única fonte de informação sobre o meio ambiente. Catástrofes inesperadas e anunciadas podem ser minimizadas ou evitadas, quando há circulação de informações de qualidade” (FONSECA, 2004, p. 115-116).

Ainda assim, um jornalista com mente aberta e uma visão sistêmica, que consegue enxergar os impactos negativos que um modelo econômico despreocupado com as causas ambientais pode causar, encontrará inúmeros obstáculos em seu caminho, como, por exemplo, o preconceito com o assunto, que poderia, de alguma forma, prejudicar o desenvolvimento econômico do que se encontra ao seu redor; eventuais pudores do veículo para o qual trabalha, por medo de constranger algum patrocinador; e a falta de visão criativa de alguns superiores, não acostumados a ideias inovadoras que não estejam em seu radar de conhecimento (TRIGUEIRO, 2005).



Contudo, Scharf (2004) contrapõe, afirmando que, no mundo moderno em que vive a sociedade atualmente, é importante e necessário que as redações abandonem certos paradigmas do passado. “Meio Ambiente tem, sim, relação com todas as esferas da sociedade e deve ser coberto à altura das complexas demandas de nosso tempo” (SCHARF, 2004, p.76).

Portanto, ao avaliarem-se as percepções expostas neste estudo até então, torna-se evidente a importância da cobertura jornalística na editoria de meio ambiente, tanto para manter o assunto sempre em foco, quanto para promover o debate e a conscientização das pessoas em relação ao tema.

3. Procedimentos metodológicos

Neste ponto, será apresentada a metodologia utilizada para a realização da pesquisa, que objetiva responder o seguinte problema: como foi feita a abordagem jornalística nas rádios AM de Criciúma, sobre a campanha pela despoluição do Rio Mãe Luzia, no Dia Mundial da Água em 2016?

Em relação à sua natureza, a pesquisa é básica ou fundamental, que “objetiva gerar conhecimentos novos úteis para o avanço da ciência sem aplicação prática prevista. Envolve verdades e interesses universais” (SILVA E MENEZES, 2005, p. 20).

Quanto à forma de abordagem do problema, trata-se de uma pesquisa qualitativa, pois segundo Martins e Theóphilo (2009, p. 61), “é caracterizada pela descrição, compreensão e interpretação de fatos e fenômenos”.

No que se refere aos objetivos da pesquisa, utilizou-se a pesquisa exploratória que, para Gil (1991), tem como objetivo aprimorar ideias ou descobrir intuições, bem como proporcionar maior familiaridade com determinado tema, e torná-lo mais explícito.

Do ponto de vista dos procedimentos técnicos, foram utilizadas pesquisa bibliográfica e estudo de caso. De acordo com Martins e Theóphilo (2009, p. 54), “uma pesquisa bibliográfica procura explicar e discutir um assunto, tema ou problema com base em referências publicadas em livros, periódicos, revistas... Busca conhecer, analisar e explicar contribuições sobre determinado assunto, tema ou problema”.

Já o estudo de caso, segundo Silva e Menezes (2005, p. 21) acontece “quando envolve o estudo profundo e exaustivo de um ou poucos objetos de maneira que se permita o seu amplo e detalhado conhecimento”.

Para a pesquisa em questão, em relação ao levantamento, foram entrevistados, através de entrevistas semiestruturadas, os coordenadores de jornalismo das duas rádios AM de Criciúma analisadas: João Paulo Messer, da Eldorado, e Rafael Bicca, da Hulha Negra. Em relação ao estudo de caso, o objeto de análise é a programação das duas emissoras em 22 de



março de 2016, o Dia Mundial da Água, ou seja, foram ouvidas 24 horas de programação de cada rádio.

4. Análise e discussão dos resultados

O Rio Mãe Luzia é um manancial que nasce em Treviso, passa por Siderópolis, Nova Veneza, Forquilha e Maracajá, até unir-se ao Itoupava e formar o Rio Araranguá, um dos maiores do sul catarinense. Com o passar das décadas foi degradado através de inúmeras formas de poluição, podendo-se citar a mineração, agricultura e esgotamento sanitário. Com isso, as águas, que um dia foram límpidas, atualmente estão poluídas.

Em 2014, a ideia de uma campanha pela despoluição do rio foi oficializada em 28 de novembro, com a criação do “Fórum Permanente de Restauração e Revitalização do Rio Mãe Luzia”, no Palácio das Águas, em Nova Veneza, após o lançamento do livro “Era uma vez o Rio Mãe Luzia...”, de Nilso Dassi e Carlos Renato Carola.

Carola (2015), que também é professor de História Ambiental da Universidade do Extremo Sul Catarinense (Unesc)⁴, ao falar da importância dessa restauração do rio, explica que a despoluição do Mãe Luzia diz respeito a uma necessidade, e não uma opção para a região sul catarinense. Isso porque está diretamente ligada às questões de abastecimento, já que a Barragem do Rio São Bento⁵ foi construída com uma estimativa de atendimento e capacidade de produção da água.

Deve durar pouco mais de 20 anos. Estamos chegando, agora, a um limite da capacidade da barragem, o que significa que temos que resolver isso, porque temos que atender o crescimento da demanda da população e das atividades. Então, de onde vamos pegar as próximas águas? Se a maioria da nossa bacia hidrográfica está contaminada? (CAROLA, 2015).

O professor ainda argumenta que um terço das águas da Bacia Hidrográfica do Rio Araranguá (a qual pertence o Rio Mãe Luzia) está poluída. “Vai chegar um momento que não vamos mais ter água para ser captada. Não adianta captarmos água cada vez mais longe, continuarmos poluindo e não recuperarmos a água que já está poluída” (CAROLA 2015).

Pelos motivos elencados até então, pode-se afirmar que a campanha de despoluição do Mãe Luzia é de extrema relevância, uma vez que trata de algo que impacta, diretamente, a vida de toda a população atendida, um número que gira em torno de 346 mil pessoas, de acordo com

⁴ CAROLA, Carlos Renato. Entrevista realizada em 31 de outubro de 2015.

⁵ Inaugurada em 2006 em Siderópolis, a Barragem do Rio São Bento abrange os municípios de Criciúma, Siderópolis, Forquilha, Içara, Maracajá, Morro da Fumaça, Nova Veneza e Treviso. De acordo com dados de população do Instituto de Geografia e Estatística (IBGE), atualizados em 2016, beneficia aproximadamente 346 mil habitantes (CASAN, 2016).



dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), atualizados em 2016⁶. Assim, deveria ser dever do jornalista noticiar tal fato e até mesmo elencá-lo como bandeira a ser defendida pelo veículo de comunicação.

Seguindo esta linha de pensamento e pensando na factualidade por se tratar de uma efeméride, a pauta poderia ser abordada no Dia Mundial da Água, lembrado anualmente em 22 de março. Por isso, a pesquisa em questão busca analisar, através das Teorias do Agendamento e Gatekeeper, de que forma (e se existiu) uma cobertura jornalística sobre o fato em duas rádios AM de Criciúma: Eldorado e Hulha Negra. Para isso, foram ouvidas e analisadas 24 horas de programação de cada emissora na data mencionada (22 de março de 2016) e, posteriormente, entrevistados seus respectivos coordenadores de jornalismo: João Paulo Messer e Rafael Bicca, no dia 13 de setembro de 2016.

Ao analisar a programação do Dia Mundial da Água em 2016 da Rádio Eldorado, foi apurado que houve citação apenas da efeméride em dois boletins de aproximadamente 30 segundos cada; uma entrevista de rua com duração de pouco mais de três minutos; e uma entrevista em estúdio de quase uma hora, no fim da tarde, com o representante do Comitê de Gerenciamento da Bacia Hidrográfica do Rio Araranguá, Sérgio Marini (nesta entrevista, a campanha pela despoluição do Rio Mãe Luzia não foi citada em nenhum momento dos 60 minutos de conversa).

Já a campanha pela despoluição do Rio Mãe Luzia, em específico, foi citada somente duas vezes: em uma entrevista por telefone no Programa João Paulo Messer, por volta das 7h46min, com duração de pouco mais de oito minutos, ouvindo um dos idealizadores da campanha, que era vereador de Nova Veneza na época, Alberto Ranacoski; e em um boletim informativo de 20 segundos, às 9h08min, repercutindo a entrevista realizada anteriormente.

Com isso, pode-se perceber que houve uma quantidade de tempo destinada às notícias envolvendo o Dia Mundial da Água. No entanto, quando o assunto passou a ser a campanha de despoluição do Rio Mãe Luzia, esse espaço diminuiu consideravelmente e foi tratado com pouca profundidade.

Na Rádio Hulha Negra, por sua vez, não houve nenhuma menção, durante todo o dia 22 de março, sobre a campanha pela despoluição do Rio Mãe Luzia. Já o Dia Mundial da Água foi citado em quatro momentos: dois boletins informativos com aproximadamente 30 segundos cada, uma enquete com ouvintes sobre formas de economizar o líquido, e até mesmo a chamada de uma entrevista sobre o tema, que não chegou a ser realizada.

⁶ Informações disponíveis em: cidades.ibge.gov.br/.



Trigueiro (2005) e Bueno (2007) defendem que o jornalista, quando vai tratar de assuntos ambientais, deve defender sempre o lado da preservação, deixando a chamada imparcialidade de lado e militando pela conscientização das pessoas. O que, por consequência, não deixaria o assunto ser esquecido e revelaria, cada vez mais, os impactos negativos que o atual modelo de desenvolvimento do país causa sobre os recursos naturais.

O coordenador de jornalismo da Eldorado, João Paulo Messer⁷ argumentou que a notícia da ressurreição de um rio foi algo forte e impactante no início, mas que o fato de essa recuperação das águas não ser algo que se resolve em curto prazo, acabou perdendo a atenção dos jornalistas. “Tudo que é de longo prazo, no jornalismo deixa de ser interessante. Porque o jornalismo trabalha com factual. Então quando começa a se tornar desinteressante, por não ser mais um fato novo, essa notícia dá espaço para outras informações” (MESSER, 2016).

É justamente neste ponto que Trigueiro (2005) entra, ao mencionar que a factualidade não é uma aliada do jornalismo ambiental, já que os assuntos desta área demoram mais tempo para ser resolvidos. Neste âmbito, Messer (2016) ainda completou, dizendo que o assunto costuma vir à tona em datas específicas, como o Dia Mundial da Água, quando o jornalista fala sobre o assunto no dia ou, no máximo, na semana, deixando cair novamente no esquecimento depois disso. “O jornalismo, hoje, não tem persistência. Por culpa da sociedade que não tem paciência de cobrar e de consumir notícias sobre o meio ambiente. Nós ainda não estamos preparados, não temos uma cultura para o meio ambiente” (MESSER, 2016).

Mas ainda que o jornalista cite que a culpa é das pessoas que não consomem notícias relacionadas ao tema, acaba se contradizendo, porque a Teoria do Agendamento, citada em Pena (2008), afirma que é a mídia que tem a capacidade de definir o que será debatido na sociedade e que, se o assunto foi veiculado com frequência, as pessoas passarão a considerá-lo importante e a debater sobre ele. E a campanha pela despoluição do Mãe Luzia é um exemplo de assunto relevante que deveria ser agendado com mais frequência, uma vez que, conforme já mencionado anteriormente, se despoluído, tal rio serviria como futura fonte de abastecimento para aproximadamente 346 mil pessoas que vivem, atualmente, com a água armazenada na Barragem do Rio São Bento.

Neste caso, pode-se afirmar que os jornalistas da região sul catarinense, muitas vezes preferem não noticiar fatos envolvendo o meio ambiente, e muito disso, por conta de motivos econômicos. Como evidenciou o coordenador de jornalismo da Rádio Hulha Negra, Rafael Bicca⁸, ao declarar que apesar de a importância do jornalismo ambiental ser gigante, na região, a editoria está comprometida com as empresas que mais poluíram. “É complicado, um jogo de

⁷ MESSER, João Paulo. Entrevista concedida em 13 de setembro de 2016.

⁸ BICCA, Rafael. Entrevista concedida em 13 de setembro de 2016.



interesses financeiros onde um depende do outro. Como é que vou botar alguém criticando as mineradoras, por exemplo?" (BICCA, 2016).

Essa pressão que os jornalistas sofrem, em relação à abordagem de temas ambientais, é evidenciada em Girardi; Massierer; Schwaab (2006), quando estes ressaltam que é inegável que o profissional acaba sendo influenciado pelos aspectos econômicos. Isso porque ele está ligado a uma empresa de comunicação que, por sua vez, pode estar ligada, comercialmente, a outras empresas que não respeitam os princípios ecológicos e de preservação do meio ambiente.

Messer (2016) também admitiu que as questões econômicas têm grande peso na hora da tomada de decisões sobre o que irá se tornar pauta; complementou que o jornalismo ambiental, por si só, não é rentável, e que enquanto o veículo não for obrigado a veicular ações sobre o tema, não mudará a posição que tem hoje. Isso porque a conscientização ambiental não seria vendida, e sim construída, o que não renderia para as emissoras de comunicação.

O profissional do jornalismo tem dificuldade em assumir que ele está numa linha de produção. Que ele quer vender mais, que quer mais audiência. Hoje os veículos de comunicação são equipamentos exclusivamente econômicos. Vivemos em um capitalismo tão selvagem que a comunicação é transformada em um produto. Então não tem consciência ecológica. As pessoas falam que o rádio é um prestador de serviços, mas é hipocrisia não reconhecer que nós trabalhamos, para no fim do mês, fecharmos o caixa do veículo de comunicação, também (MESSER, 2016).

Como elencado na Teoria do Gatekeeper explicada por Traquina (2005) e contrariando o que afirmou o coordenador de jornalismo da Rádio Eldorado, quem tem em mãos o poder de escolher o que será pauta é o jornalista. Essas definições, de acordo com Paiva (2009), em diversas vezes são influenciadas por princípios e condutas da própria organização em que o profissional está inserido.

Ou seja, assim como Trigueiro (2005) e Scharf (2004) também apontaram, as escolhas dos jornalistas estão ligadas às imposições de chefias que, em certos casos, estão ligadas economicamente às empresas que não preservam o meio ambiente; ou ao fato de os setores comerciais ainda não terem descoberto uma forma de tornar a divulgação de ações ambientais positivas algo rentável.

Nos casos das rádios Eldorado e Hulha Negra⁹, levando em consideração os argumentos dos coordenadores de jornalismo, pode-se perceber que um dos principais problemas para a divulgação de ações envolvendo o meio ambiente é, de fato, a situação de ambas estarem comprometidas com a parte comercial do veículo, que tanto não quer perder

⁹ A Rádio Eldorado faz parte, desde 2003, do Grupo Salvaro, comandado por Henrique Salvaro, que é presidente, também, da Carbonífera Belluno. Já a Hulha Negra fazia parte do Grupo Salvaro até 2012, quando foi transferida ao comando do empresário Anselmo Freitas. Em 2015, trocou de comando novamente, sendo comprada e gerenciada até os dias atuais por Clésio Salvaro, que é sobrinho de Henrique Salvaro e também atua no setor da mineração (RÁDIO ELDORADO, 2016).



clientes que poluem, quanto prefere noticiar editorias que são mais facilmente rentáveis, como a de polícia e esporte, por exemplo.

Então, se o jornalista escolher não veicular o assunto, conseqüentemente o tema não será agendado para entrar na grade de programação da emissora, e por isso, não virará notícia, ficando de fora dos debates da sociedade, já que, segundo Wolf (2001, p. 144, *apud* BARRETTA; CERVI, 2012, p. 7), “as pessoas têm tendência de incluir ou excluir em suas agendas (seu conhecimento) aquilo que a mídia inclui ou exclui da agenda dela, como atribuir importância àquilo que os meios de comunicação destacam como relevantes”.

Outro fator utilizado por Bicca (2016) para argumentar o pouco espaço que o jornalismo ambiental, e ainda menos a campanha de despoluição do Rio Mãe Luzia, ganham na Rádio Hulha Negra, diz respeito ao público para qual a programação é definida. Isso porque, segundo o coordenador de jornalismo, as pessoas que ouvem a emissora são parte de um grupo mais popular, que não se encaixaria a linguagem mais técnica do jornalismo ambiental.

Contudo, ele mesmo citou que seria importante fazer um trabalho voltado para a educação ambiental, sem ao menos considerar que os dois pontos podem, e até mesmo devem, andar unidos. Como observou John (2001) ao evidenciar que o jornalismo ambiental, se abordado pelos veículos de comunicação, tem grande papel educacional, diferente de outras editorias, por que:

Ultrapassa os limites da notícia e penetra no campo incerto da educação. Incerto para jornalistas, que não têm, necessariamente, uma formação de educadores, mas acabam contribuindo para a formação de cidadãos “ambientalmente educados”, em suas tentativas diárias de traduzir as Ciências da Vida e da terra para uma linguagem comum (JOHN, 2001, p. 88).

Um terceiro ponto levantado também por Bicca (2016) diz respeito ao quadro reduzido de funcionários disponíveis no setor de jornalismo, atualmente, para preparação e produção de materiais a serem veiculados. “Nós temos pouca gente para produzir jornalismo. A pauta do jornalismo ambiental, embora seja um desejo, tem que cair meio pronta no nosso colo. Se chegar pronto, é um presente e vamos colocar no ar. Mas se tiver que produzir, fica complicado” (BICCA, 2016).

No entanto, a falta de um grande quadro de funcionários não pode ser argumento para justificar a não abordagem de determinada editoria. A partir das afirmações de Geraque (2004) e Bueno (2007) pode-se dizer que, assim como as áreas político-econômicas ganham espaço frequentemente, o jornalismo ambiental entraria no grupo dos assuntos sociais e culturais, por se tratar de pautas envolvendo a qualidade de vida das pessoas. Assim, mesmo com poucos profissionais, deveria ganhar o mesmo espaço e seguir difundindo, como as outras editorias,



informações importantes com objetivo de mostrar problemas e articular soluções em parceria com a sociedade (FONSECA, 2004).

Afirmção que traz à tona, além da falta de pessoas, a dificuldade de se encontrar jornalistas que realmente façam trabalhos de profundidade e reflexão sobre o meio ambiente. De um lado, Bicca avaliou muitos profissionais da comunicação como acomodados; de outro, Messer lembrou que os acontecimentos negativos sempre chamam mais atenção e ganham mais espaço do que as matérias que, por ventura, busquem conscientizar: “hoje é muito mais notícia a derrubada de uma árvore do que o plantio de 100 árvores, porque infelizmente, o consumo do dia a dia não exige reflexão” (MESSER, 2016).

Tal posicionamento, de que “a desgraça sempre chama mais atenção do que as pautas positivas” (MESSER, 2016), evidencia ainda mais a avaliação de Geraque (2004), que cita que as coberturas ambientais especiais e aprofundadas são praticamente inexistentes na imprensa, porque os profissionais ainda não enxergam a importância do assunto. Bem como a de Colombo (2010) que enumera três ocasiões em que a imprensa brasileira fala sobre meio ambiente: catástrofes naturais ou acidentes que causaram dano à natureza, dados atualizados sobre o aquecimento global e as datas alusivas ao tema.

Depois de todos os argumentos já elencados, pode-se lembrar que a campanha pela despoluição do Rio Mãe Luzia, já citada e explicada anteriormente, foi mencionada somente em dois momentos durante o Dia Mundial da Água (22 de março), e apenas na Rádio Eldorado.

A primeira menção aconteceu por volta de 7h46min, no Programa João Paulo Messer, com apresentação do próprio jornalista citado. A conversa teve apenas uma pergunta, feita já na abertura da entrevista, e pode-se perceber a superficialidade com que o assunto foi tratado quando o entrevistado foi dispensado logo em seguida, depois de terminar de responder ao questionamento inicial:

“ [...] Queremos dizer, enfim, que o movimento está andando e que precisamos de adesão de mais pessoas, principalmente a imprensa, que tem papel fundamental, e que seguimos também trabalhando na busca de recursos para implantação desses projetos.

– Muito obrigado, Alberto Ranacoski, pela informação nesse Dia Mundial da Água. O Rio Mãe Luzia é, hoje, um dos maiores rios que temos na nossa região, e é um dos exemplos de como se deve e pode trabalhar em cima dessa recuperação. A recuperação dos rios é uma prioridade da nossa região em especial.

– Só mais uma colocação, João Paulo. Temos o Dia Mundial da Água hoje, que faz apenas alusão, mas depois continua tudo no mesmo. Nós temos um movimento que não é diferente dos outros, mas que quer manter uma vigilância permanente e buscar ações que venha, no futuro, a despoluir o Rio Mãe Luzia. Nossa população está tão acostumada com o



Rio poluído que acha que isso é natural. Nossas águas estão todas sendo contaminadas, por diversas questões, e nós estamos matando nosso principal recurso que é a água. Precisamos ter consciência não só no Dia Mundial da Água, mas precisamos fazer uma reflexão de o que estamos fazendo com nosso principal bem que é a água”.

Conforme já mencionado, a entrevista durou em torno de oito minutos e ouviu um político. Ainda que tenha havido abordagem, esta foi curta e feita com pouca profundidade, o que se comprova ao analisar-se a superficialidade com que o assunto foi tratado, uma vez que o jornalista fez apenas uma pergunta ao entrevistado, que por sua vez, só falou um pouco a mais porque pediu para continuar o raciocínio depois de ter sido dispensado. E Geraque (2004) avalia, justamente, que coberturas aprofundadas sobre pautas de meio ambiente são difíceis de serem encontradas, porque os veículos e jornalistas ainda não dão valor a estas questões. Neste caso, o próprio entrevistado, o ex-vereador Alberto Ranacoski, mencionou diversas fontes, com mais conhecimento técnico, que poderiam ter sido chamadas para o debate, como: os autores do livro “Era uma vez o Rio Mãe Luzia...”, que deu início à ideia da campanha de despoluição; membros do Ministério Público Federal, dos grupos de estudo da Unesc...

Avaliando as informações já obtidas até aqui pela Teoria do *Gatekeeper* (TRAQUINA, 2005), com o jornalista e apresentador, João Paulo Messer, tendo dito que escolheu abordar o assunto porque já o conhecia, percebe-se que as pautas realmente são definidas e elencadas para veiculação com base em vivências passadas, por o jornalista já estar familiarizado com o assunto. O que não se percebeu na Rádio Hulha Negra, por exemplo, onde a campanha de despoluição não foi abordada, uma vez que o coordenador de Jornalismo, Rafael Bicca, demonstrou pouco saber a respeito do assunto envolvendo o Rio Mãe Luzia.

Em relação à Teoria do Agendamento, a Rádio Eldorado aproveitou a factualidade da efeméride do Dia Mundial da Água para retomar a abordagem à campanha, ainda que com pouca ênfase e tempo para o tema. Neste âmbito, McCombs e Schaw (1972, *apud* SOUSA, 2002) argumentam que, quanto maior for a ênfase e o tempo contínuo dados ao assunto, mais importância o público lhe dará, o que, conseqüentemente, pode criar efeitos sociais diretos na população. Neste caso, avalia-se que o assunto foi abordado apenas por conta da efeméride, e não para provocar um debate, uma vez que o tempo destinado foi curto e pouco aprofundado.

Pouco mais tarde, ainda no dia 22 de março, por volta de 9h08min, no ‘Redação Eldorado’, um boletim também abordou a campanha e retratou, novamente, a falta de profundidade da abordagem: *“O rio ainda vive. No Dia Mundial da Água, um dos projetos lembrados é o da recuperação do Rio Mãe Luzia. Lançado em 2014, o desafio teve reunião na última sexta-feira, foram criadas comissões que saíram em busca de recursos para isso. O Rio Mãe Luzia corta sete municípios”.*



Claro que todo espaço recebido para divulgação é, de fato, importante para a causa. No entanto, neste caso da campanha pela despoluição do Rio Mãe Luzia, não tendo conseguido nem dez minutos de abordagem durante a programação da Rádio Eldorado no Dia Mundial da Água, e sendo abordado superficialmente e por fontes pouco técnicas na área, o assunto não conseguiu chamar a atenção merecida pela relevância do tema.

Portanto, de forma geral, pode-se analisar que as rádios AM de Criciúma – Eldorado e Hulha Negra – não dão a devida importância e consequente apoio ao jornalismo ambiental, e muito menos à campanha de despoluição do Rio Mãe Luzia.

Os argumentos utilizados pelos coordenadores de jornalismo, João Paulo Messer da Rádio Eldorado, e Rafael Bicca, da Hulha Negra, foram variados: questões econômicas, incluindo o fato de jornalismo ambiental não vender fácil, bem como as imposições de chefias e patrocinadores, que por sua vez, trabalham com atividades poluentes; a linguagem difícil do jornalismo ambiental; a redução do número de jornalistas nos veículos de comunicação; e até mesmo o comodismo destes profissionais.

Em meio a contradições, ambos deram a entender, após esta análise, que escolhem (Teoria do *Gatekeeper*) não veicular notícias envolvendo o meio ambiente porque isso tornaria o trabalho mais difícil, seja na produção dos conteúdos ou na relação com o setor comercial e com as chefias.

Desta forma, um assunto tão importante como a campanha de despoluição do Rio Mãe Luzia, que deveria ser notícia por tratar de ações que buscam garantir a disponibilidade de água potável no sul catarinense para a próxima geração, não é agendado na mídia (Teoria do Agendamento), e consequentemente, acaba esquecido pela população.

5. Considerações finais

O Rio Mãe Luzia, conforme já mencionado anteriormente no presente artigo, é um manancial que corta cinco cidades: Treviso, Siderópolis, Nova Veneza, Forquilha e Maracajá. No sul catarinense, a principal forma de abastecimento de água das cidades já mencionadas, bem como de Criciúma, Içara e Morro da Fumaça, é a Barragem do Rio São Bento, que possui uma vida útil de aproximadamente mais dez anos, segundo o autor do livro “Era Uma Vez o Rio Mãe Luzia...”, Carlos Renato Carola.

Ou seja, daqui a pouco tempo, a região precisará de novas fontes de água para consumir. O Rio Mãe Luzia pode ser uma nova fonte e, por isso, estudiosos já começam a pensar em uma campanha que busque sua despoluição – o que precisa ser discutido o quanto antes, pois é um trabalho de longo prazo.



Sendo assim, pode-se afirmar que a possibilidade de despoluir este rio torna-se uma notícia bastante relevante, uma vez que impacta diretamente a vida de milhares de pessoas. Desta forma, seria interessante que os veículos de comunicação do sul catarinense tomassem essa pauta como bandeira, abordando-a sempre que possível e cobrando celeridade no andamento dessa campanha.

Tendo em mente tal ponto de vista, este trabalho de conclusão de curso analisou, através das Teorias do Agendamento e Gatekeeper, como foi feita (e se existiu) abordagem jornalística nas rádios Eldorado e Hulha Negra, de Criciúma, sobre a campanha pela despoluição do Rio Mãe Luzia, no Dia Mundial da Água em 2016, por ser uma data em que o jornalista poderia utilizar a factualidade da efeméride para justificar a abordagem.

Após ouvir 24 horas da programação de cada emissora, observou-se que a campanha de despoluição foi mencionada apenas duas vezes (em uma entrevista de oito minutos com apenas uma pergunta para um político e em um boletim de 20 segundos na Eldorado), o que pode considerar-se uma abordagem mínima que, quando aconteceu, tratou o tema de forma muito superficial, sem nenhuma profundidade em questionamentos e fontes. Nos momentos em que o Dia Mundial da Água foi abordado também não houve profundidade nenhuma nas entrevistas.

Posteriormente, ouvindo os coordenadores de jornalismo da Eldorado, João Paulo Messer e da Hulha Negra, Rafael Bicca, pode-se concluir que esta campanha de despoluição do Rio Mãe Luzia é tratada com grande descaso na região, assim como o jornalismo ambiental como um todo. Isso porque os próprios profissionais assumiram que tratam pouco de pautas voltadas para essa editoria, por se tratar de assuntos mais difíceis de serem produzidos e compreendidos, além de mais demorados para serem resolvidos (perdendo a factualidade); e, muitas vezes e principalmente, por baterem de frente com questões econômicas e comerciais dos próprios veículos de comunicação pelos quais trabalham.

Através dos conceitos da Teoria do *Gatekeeper*, pode-se perceber que os jornalistas das Rádios AM de Criciúma (Eldorado e Hulha Negra) escolhem abordar de forma superficial ou não veicular as notícias envolvendo o jornalismo ambiental porque, desta forma, o trabalho se torna mais fácil e o relacionamento com o setor comercial e com as chefias não fica comprometido.

Já pelo viés da Teoria do Agendamento, percebe-se que um assunto tão relevante como a campanha de despoluição do Rio Mãe Luzia acaba não sendo agendado na mídia, também por conta de todos os argumentos já citados acima. Mas caso seja agendado, será abordado de forma superficial, para que a sociedade não tenha tempo de parar para refletir sobre o assunto, logo esquecido com a chegada de outra pauta que trate de outra tragédia mais factual.



Por fim, pode-se concluir que pautas ambientais, assim como esta da campanha de despoluição do Rio Mãe Luzia, ganham uma atenção espontânea mínima e, na maioria das vezes até mesmo inexistente, dos veículos de comunicação do sul catarinense, em específico, das rádios AM de Criciúma. Tal posicionamento é tomado porque os profissionais do jornalismo acabam se sujeitando a imposições dos chefes, que por sua vez, estão ligados aos setores que mais poluem o meio ambiente (as duas rádios analisadas tem ligação com o setor da mineração). Assim, preferem tratar de assuntos mais polêmicos e fáceis de serem abordados, ao invés de optarem por fomentar o senso crítico e ambiental da sociedade.

Desta forma, com os jornalistas decidindo não abordar o tema com a profundidade de debate que a pauta merece, nem em datas específicas como efemérides, as pessoas nem ficam sabendo da existência de um assunto de tamanha importância, que impacta diretamente em suas vidas. Consequentemente, a campanha não ganha o apoio que poderia angariar e a resolução do problema torna-se cada vez mais difícil de ser alcançada. E o resultado negativo dessa falta de mobilização provavelmente será sentido daqui a uma década, quando a água para abastecimento da Barragem do Rio São Bento estiver acabando no sul catarinense e as pessoas, inclusive os jornalistas, não saberem como a situação chegou a tal ponto e como farão para conseguir o líquido que é tão vital para a sobrevivência humana dessa e das próximas gerações.

Como possibilidade de mudança para este péssimo padrão que tem sido seguido, pode-se sugerir, para que os veículos de comunicação passem a tratar do tema mais vezes, que a abordagem seja feita através de espaços reservados especialmente para o jornalismo ambiental, como quadros ou programetes (sejam diários ou semanais) com foco educacional, em programas jornalísticos de rádio, por exemplo. Desta forma, o assunto passaria a ser veiculado com frequência e, assim, ganharia mais apoio da sociedade, bem como mobilização em busca de soluções para os problemas que envolvem a própria sobrevivência humana, e que são de todos nós.

Referências

BARRETTA, Leonardo Mereiros. CERVI, Emerson Urizzi. **Contra agendamento: evoluindo na hipótese do agenda-setting**. Ponta Grossa, 2012. Disponível em: www.intercom.org.br/papers/regionais/sul2012/resumos/R30-1706-1.pdf>. Acesso em: 14 maio 2016.

BELMONTE, Roberto Villar. Cidades em mutação: menos catástrofes e mais ecojornalismo. In: BOAS, Sergio Vilas. **Formação e Informação Ambiental: Jornalismo para iniciados e leigos**. São Paulo: Summus Editorial, 2004. p. 15-48.

BUENO, Wilson da Costa; **Comunicação, Jornalismo e Meio Ambiente: teoria e pesquisa**. São Paulo: Mojoara Editorial, 2007. 199p.



CAROLA, Carlos Renato; DASSI, Nilso. **Era uma vez o rio Mãe Luzia...** Criciúma: EdiUnesc, 2014. 160p.

CASTRO, Alexandre. **Teorias do Jornalismo, Universidade e Profissionalização: Desenvolvimento Internacional e Impasses Brasileiros.** Joinville, 2012. Disponível em: <www.bocc.ubi.pt/pag/castro-alexandre-2013-teorias-jornalismo.pdf>. Acesso em: 14 maio 2016.

COLOMBO, Macri Elaine. **Jornalismo Ambiental: a sua história e conceito no contexto social.** Caxias do Sul, 2010. Disponível em: www.intercom.org.br/papers/nacionais/2010/resumos/r5-2674-1.pdf. Acesso em: 15 maio 2016.

COMPANHIA CATARINENSE DE ÁGUAS E SANEAMENTO. **Barragem do Rio São Bento.** Disponível em: <http://www.casan.com.br/menu-conteudo/index/url/criciuma-4#0>. Acesso em: 15 out. 2016.

FERNANDES, Bruno. **A Teoria Clássica do Gatekeeper e do Newsmaking na Rádio: O caso da RDP.** Covilhã, 2011. Disponível em: <ubibliorum.ubi.pt/bitstream/10400.6/13111/1/Tese_Bruno_Fernandes.pdf>. Acesso em: 14 maio 2016.

FONSECA, André Azevedo da. Água de uma fonte só: A magnitude do problema em uma experiência concreta. In: BOAS, Sergio Vilas. **Formação e Informação Ambiental: Jornalismo para iniciados e leigos.** São Paulo: Summus Editorial, 2004. p. 111-148.

GERAQUE, Eduardo. Perceber a biodiversidade: jornalismo e ecossistemas parecem (mas não são) eles perdidos. In: BOAS, Sergio Vilas. **Formação e Informação Ambiental: Jornalismo para iniciados e leigos.** São Paulo: Summus Editorial, 2004. p. 79-110.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa.** 3 ed. São Paulo: Atlas, 1991.

GIRARDI, Ilza Tourino; MASSIERER, Carine; SCHWAAB, Reges Toni. **Pensando o Jornalismo Ambiental na ótica da Sustentabilidade.** Unirevista, Porto Alegre, v. 1, n.3, p. 1-12, julho-2006.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Cidades.** Disponível em: cidades.ibge.gov.br/. Acesso em: 15 out. 2016.

JOHN, L. Imprensa, Meio ambiente e Cidadania. In: **Ciência & Ambiente.** Santa Marian, UFSM, (23): 87-94, 2001.

MARTINS, Gilberto de Andrade; THEÓPHILO, Carlos Renato. **Metodologia da investigação científica para ciências sociais aplicadas.** 2. ed. São Paulo: Atlas, 2009. 247 p.

MILONE, Jerônimo. **McCombs, Maxwell: a mídia e a opinião pública.** Revista Opinião Filosófica, Porto Alegre, v. 3, n. 2, p.185-189, 2012. Disponível em: <abavaresco.com.br/wp/wp-content/uploads/3435.pdf>. Acesso em: 14 maio 2016.

PAES, Anderson. **O Gatekeeper e as escolhas do noticiário internacional.** Paraná, 2008. Disponível em: <paginas.unisul.br/agcom/revistacientifica/artigos_2008b/anderson_paes.pdf>. Acesso em: 14 maio 2016.



PAIVA, Cecília Soares de. **As hipóteses do gatekeeper e do agenda-setting interligadas ao fluxo de informação midiática, ética e cidadã.** 2009. Disponível em: <www2.metodista.br/unesco/1_Celacom%202009/arquivos/Trabalhos/Cecilia_Hipoteses.pdf>. Acesso em: 14 maio 2016.

PENA, Felipe. **Teoria do Jornalismo.** São Paulo: Contexto, 2008.

RÁDIO ELDORADO. **Anos 2000: Tecnologia e tradição lado a lado.** Criciúma: 2016. Disponível em: am570.com.br/pagina.php?Tid=8. Acesso em: 16 out. 2016.

SCHARF, Regina. Verde como dinheiro: economia sustentável é utopia, contradição ou lucro certo?. In: BOAS, Sergio Vilas. **Formação e Informação Ambiental: Jornalismo para iniciados e leigos.** São Paulo: Summus Editorial, 2004. p. 49-78.

SILVA, Edna Lúcia da; MENEZES, Eстера Muszkat. **Metodologia da Pesquisa e Elaboração de Dissertação.** 4 ed. Florianópolis: 2005. Disponível em: <http://200.17.83.38/portal/upload/com_arquivo/metodologia_da_pesquisa_e_elaboracao_de_dissertacao.pdf>. Acesso em: 3 set 2016.

SOUSA, Jorge Pedro. **Teorias da notícia e do jornalismo.** Chapecó: Argos, 2002. 223p.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo: a tribo jornalística – uma comunidade interpretativa transacional.** Florianópolis: Insular, 2005. 216p.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo, porque as notícias são como são.** Florianópolis: Insular, 2005. 2ed. 224p.

TRIGUEIRO, André. **Mundo sustentável: abrindo espaço na mídia para u planeta em transformação.** São Paulo: Globo, 2005.

UNESC (Org.). **Fórum de Restauração e Revitalização do Rio Mãe Luzia já é realidade.** Disponível em: <<http://www.unesc.net/portal/blog/ver/213/28736>>. Acesso em: 10 abr 2016.

ZUCULOTO, Valci Regina Mousquer. **No ar: A história da notícia de rádio no Brasil.** Florianópolis: Insular, 2012.