

**FUNDAÇÃO OSWALDO ARANHA
CENTRO UNIVERSITÁRIO DE VOLTA REDONDA
CURSO DE GRADUAÇÃO EM JORNALISMO
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO**

MAITÊ ALVERNE HOLANDA

**A ABORDAGEM DO JORNAL O GLOBO SOBRE O DESASTRE DE
MARIANA/MG**

**VOLTA REDONDA
2020**

**FUNDAÇÃO OSWALDO ARANHA
CENTRO UNIVERSITÁRIO DE VOLTA REDONDA
CURSO DE GRADUAÇÃO EM JORNALISMO
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO**

**A ABORDAGEM DO JORNAL O GLOBO SOBRE O DESASTRE DE
MARIANA/MG**

Monografia apresentada ao curso de Jornalismo do UniFOA como requisito parcial para obtenção do título de bacharel em Jornalismo.

Aluno (a):

Maitê Alverne Holanda

Orientador (a):

Prof. Dr. Rodrigo Nuñez Viégas

VOLTA REDONDA

2020



Fundação Oswaldo Aranha



FOLHA DE APROVAÇÃO

Trabalho de Conclusão de Curso Intitulado A ABORDAGEM DO JORNAL O GLOBO SOBRE O DESASTRE DE MARIANA/MG, elaborado por **Maitê Alverne Holanda**, apresentado publicamente, através da plataforma virtual TEAMS link: <https://web.microsoftstream.com/video/ac8fdda2-a59d-4940-900e-1f75b9912889> conforme Resolução CONSEPE nº 067 de 24 de agosto de 2020, envio pelo e-mail Institucional, no ambiente virtual Microsoft Teams, perante a Banca Avaliadora, como parte dos requisitos para conclusão do curso de Jornalismo.

Aprovado em 16 de novembro de 2020

Banca Avaliadora:

Professor(a) orientador(a)

Rodrigo Nuñez Viégas, Doutor, UniFOA

Professor(a) avaliador(a)

Douglas Baltazar Gonçalves, Mestre, UniFOA

Professor(a) avaliador(a)

Angélica Aparecida Silva Arieira, Mestre, UniFOA

DEDICATÓRIA

Dedico este trabalho à minha família que não mediu esforços em minha educação e a todos os moradores de Bento Rodrigues em Mariana/MG que lutam até hoje para reconstruírem suas vidas.

AGRADECIMENTOS

A esta instituição de ensino superior, Universidade Oswaldo Aranha, corpo docente, direção e administração pelo suporte e todo o conhecimento a mim proferido.

Ao meu orientador, Rodrigo Nuñez Viégas, pelo suporte e empenho dedicado à elaboração desta pesquisa.

Agradeço a todos os professores desta universidade, pelo conhecimento e por acompanharem minha jornada acadêmica. Obrigada pela dedicação e confiança.

A todos os professores da banca examinadora, pelo interesse, disponibilidade e orientações.

A toda a minha família pelo amor, incentivo e apoio incondicional.

A todos que direta ou indiretamente fizeram parte desta jornada, o meu muito obrigada.

EPÍGRAFE

“Se você pode sonhar, você pode realizar”

(Walt Disney)

RESUMO

Chama-se Jornalismo Ambiental a experiência da profissão jornalística e todo o material produzido por profissionais da imprensa relacionado ao meio ambiente, à ecologia, à fauna, à flora e à natureza. Para entender o conceito de jornalismo que lida com a temática ambiental, é necessário tratarmos do espaço para este tipo de divulgação. Sabe-se que a maioria dos assuntos ambientais fica restrita às pautas de ecotragedias. Neste caso, o rompimento da barragem do Rio Doce, obra da empresa mineradora Samarco, em Mariana/MG, em 2015, é emblemático, considerado o maior impacto ambiental do gênero da história mundial dos últimos 100 anos. O objetivo da pesquisa é analisar a abordagem do jornal O Globo sobre o caso do rompimento da referida barragem. Mais especificamente, investiga-se quais “critérios de noticiabilidade” foram mais utilizados na produção de notícias de capa do jornal, bem como procura-se selecionar e classificar cada uma das matérias segundo a determinação de “princípios do jornalismo ambiental”. Com base no material levantado, observou-se que o jornal se mantém meramente informativo, utilizando, no máximo, e excepcionalmente, de enquadramento crítico e função política. Além disso, no que se refere aos critérios de noticiabilidade, apontou-se a “relevância” e a “polêmica” como os mais representados.

Palavras-chave: jornalismo; jornalismo ambiental; tragédia ambiental; tragédia de Mariana;MG.

ABSTRACT

Environmental journalism is called the experience of the journalistic profession and all the material produced by press professionals related to the environment, ecology, fauna, flora and nature. To understand the concept of journalism that deals with environmental issues, it is necessary to address the space for this type of dissemination. It is known that most environmental issues are restricted to ecotragedy guidelines. In this case, the rupture of the Rio Doce dam, by the mining company Samarco, in Mariana/MG, in 2015, is emblematic, considered the greatest environmental impact of its kind in world history in the last 100 years. The objective of the research is to analyze the approach of the newspaper O Globo on the case of the rupture of the dam. More specifically, it investigates which “criteria of news” were most used in the production of the newspaper's cover, as well as seeks to select and classify each of the news according to the “principles of environmental journalism”. Based on the material collected, it was observed that the newspaper remains merely informative, having, at most, and exceptionally, a critical framework and political function. In addition, with regard to the criteria of news, “relevance” and “controversy” were pointed out as the most represented.

Keywords: journalism; environmental journalism; environmental tragedy; tragedy of Mariana; MG.

SUMÁRIO

| | |
|---|-----------|
| INTRODUÇÃO | 12 |
| 2 JORNALISMO | 14 |
| 2.1 A produção de notícias do século XXI | 16 |
| 2.2 A especialização jornalística | 18 |
| 2.3 Jornalismo Ambiental | 19 |
| 2.3.1 Função informativa | 23 |
| 2.3.2 Enquadramento crítico | 23 |
| 2.3.3 Função política | 23 |
| 2.3.4 Parcialidade..... | 23 |
| 2.3.5 Investigação | 23 |
| 2.4 O jornalismo ambiental no Brasil | 24 |
| 2.5 Critérios de noticiabilidade | 27 |
| 2.6 Critérios intrínsecos e extrínsecos | 28 |
| 3 JORNAL O GLOBO | 30 |
| 3.1 Valores-notícia no jornal O Globo | 31 |
| 3.1.1 Importância e interesse (Critérios: relevância, entretenimento e power elite) .. | 33 |
| 3.1.2 Normalidade e anormalidade (Critérios: incomum, conflito, crime, escândalo, polêmica)..... | 34 |
| 3.1.3 Continuidade e ruptura (Critérios: morte, surpresa) | 34 |
| 3.1.4 Proximidade e distância (Critérios: proximidade geográfica)..... | 34 |
| 3.1.5 Atualidade e distanciamento do tempo presente (Critérios: periodicidade, Data do ocorrido) | 34 |
| 3.2 Análise das manchetes e matérias do jornal O Globo referentes à tragédia em Mariana/MG | 35 |
| 3.3 Análise comparativa entre Jornalismo Ambiental e a cobertura do jornal O Globo na tragédia de Mariana/MG | 43 |
| 3.3.1 Frequência de critérios de noticiabilidade utilizados na cobertura da notícia do jornal O Globo – entre 06/11/2015 e 05/11/2016 | 45 |
| 3.3.2 Frequência de princípios do Jornalismo Ambiental seguidos pelo jornal O Globo – entre 06/11/2015 e 05/11/2016..... | 46 |
| CONCLUSÃO | 47 |
| REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS | 49 |

LISTA DE FIGURAS

| | |
|---|----|
| Figura 1: Frequência dos critérios de seleção no jornal O Globo..... | 36 |
| Figura 2: Manchete da capa jornal O Globo 06/11/2015..... | 36 |
| Figura 3: Manchete da capa jornal O Globo 07/11/2015..... | 36 |
| Figura 4: Capa do jornal O Globo 08/11/2015..... | 37 |
| Figura 5: Capa do jornal O Globo 09/11/2015..... | 38 |
| Figura 6: Manchete da capa do jornal O Globo 10/11/2015..... | 38 |
| Figura 7: Capa do jornal O Globo 18/11/2015..... | 39 |
| Figura 8: Capa do jornal O Globo 22/11/2015..... | 40 |
| Figura 9: Capa do jornal O Globo 27/11/2015..... | 41 |
| Figura 10: Manchete da capa do jornal O Globo 29/11/2015..... | 42 |
| Figura 11: Manchete da capa do jornal O Globo 05/11/2016..... | 42 |
| Figura 12: Critérios de noticiabilidade no caso de Mariana/MG | 45 |
| Figura 13: Princípios do jornalismo ambiental seguidos no caso de Mariana/MG | 46 |

LISTA DE QUADROS

| | |
|--|----|
| Quadro 1: Princípios do Jornalismo Ambiental..... | 23 |
| Quadro 2: Critérios de noticiabilidade | 33 |
| Quadro 3: Análise de critérios e princípios da abordagem do jornal O Globo no caso Mariana/MG..... | 34 |

INTRODUÇÃO

Chama-se de Jornalismo Ambiental a especialização no contexto acadêmico e/ou na experiência da profissão jornalística baseada nos fatos relacionados ao meio ambiente, à ecologia, à fauna, à flora e à natureza, principalmente quando se trata de relatar sobre a sustentabilidade e a biodiversidade.

Segundo estudos da CEPAL (Comissão Econômica Para América Latina), organismo vinculado à ONU, a imprensa brasileira se preocupa primordialmente em três ocasiões em relatar questões sobre o meio ambiente: 1) catástrofes naturais e/ou acidentes graves que causam danos à natureza; 2) relatórios publicados por revistas estrangeiras com dados científicos sobre o aquecimento global; 3) no dia 3 de junho, data em que se comemora o Dia Mundial do Meio Ambiente, instituído pela ONU (LUFT, 2005, p. 46).

Em um mundo onde a questão ambiental se torna cada vez mais desafiadora aos governos, as notícias vinculadas ao meio ambiente (temas como poluição, reciclagem, aquecimento global, entre outros) acabam ocupando pouco espaço midiático, sendo abordadas de forma superficial ou ainda genérica (atentando-se mais ao fato e não se aprofundando nas causas e possíveis soluções).

Para entender o conceito de jornalismo que lida com a temática ambiental, é necessário tratarmos do espaço para este tipo de divulgação. Sabe-se que a maioria dos assuntos ambientais fica restrita às pautas de ecotragédias, como, por exemplo, o desastre nuclear ocorrido na Central Nuclear de Fukushima I, em 11 de março de 2011, causando derretimento de três dos seis reatores nucleares da usina, e o acidente num poço de petróleo da empresa americana Chevron no Campo do Frade, na Bacia de Campos, em novembro do mesmo ano, que resultou no vazamento de 3.700 barris de óleo no mar.

O caso do rompimento da barragem Rio Doce, obra da empresa Samarco Mineração S.A. (um empreendimento conjunto entre a Vale S.A. e a BHP Billiton), em Mariana/MG, nesse caso é emblemático.

A barragem cedeu em 5 de novembro de 2015, derramando uma lama de rejeitos de minério de ferro por 640 km ao longo do Rio Doce, matando 19

trabalhadores mineiros e habitantes de Bento Rodrigues. Outras milhares de pessoas perderam suas casas e seus trabalhos. O rompimento da barragem é considerado o maior impacto ambiental do gênero da história mundial nos últimos 100 anos. Se for considerado o volume de rejeitos despejados – 50 a 60 milhões de metros cúbicos (m^3) – o acidente equivale, praticamente, à soma dos outros dois maiores acontecimentos do tipo já registrados no mundo – ambos nas Filipinas, um em 1982, com 28 milhões de m^3 ; e outro em 1992, com 32,2 milhões de m^3 de lama.

Os dados estão presentes em estudos da Bowker Associates – consultoria e gestão de riscos relativos à construção pesada, nos Estados Unidos – em parceria com o geofísico David Chambers (BOWKER ASSOCIATES, 2015). Apesar da citada pesquisa calcular, com base no tamanho da barragem mineira, o volume de 60 milhões de m^3 de rejeitos lançados no rio, a Samarco informou que o montante foi de 32 milhões de m^3 .

O objetivo da pesquisa é analisar a abordagem do jornal O Globo sobre o caso do rompimento da barragem do Rio Doce, obra da empresa mineradora Samarco, em Mariana/MG, em 2015.

Para a consecução do objetivo proposto, a pesquisa, na primeira etapa, envolverá todo um processo de consulta e estudo da literatura acadêmica pertinente ao tema proposto.

Na segunda etapa, seguir-se-á o critério de seleção dos materiais de análise propostos por Santini de Abreu (2006) em seu estudo sobre o desenvolvimento ambiental no discurso jornalístico sobre o meio ambiente, que opta pela mídia impressa, pois ela “expressa mais fortemente os interesses pela afirmação de possíveis peculiaridades do chamado jornalismo ambiental” (p. 95). Dentre os tantos veículos possíveis, escolheu-se um jornal de circulação nacional (O Globo).

Serão analisados os propósitos comunicativos do jornal, de maneira a compreendê-lo em suas propostas “ambientais” e em suas abordagens socioambientais (SWALES, 1990). Nesse tocante, procurar-se-á analisar as manchetes e *leads* sobre o rompimento da barragem em Mariana veiculados por tal jornal, examinando paralelamente seus critérios de seleção, organização, filtragem e disseminação (BOURDIEU, 1997).

Mais especificamente, com base na teoria de Franciscato (2003 apud Melo, 2017), investigar-se-á quais os “critérios de noticiabilidade” foram mais utilizados na produção de notícias de capa do jornal investigado. Identificar-se-á os critérios estabelecidos pela autora, bem como procurar-se-á selecionar e classificar cada uma das matérias segundo a teoria de Bueno (2007), que aponta para a determinação de “princípios do jornalismo ambiental”.

Uma vez que o rompimento da barragem do Rio Doce, obra da Samarco, em Mariana/MG, ocorreu na tarde de 5 de novembro de 2015, analisar-se-á as notícias veiculadas na capa do jornal O Globo desde a data do acidente até um ano após o ocorrido, ou seja, até 5 de novembro de 2016. Como resultado de tal seleção, foram destacadas para análise, ao todo, dez capas. Trabalhar-se-á, dessa forma, com um recorte temporal de um ano. Tal material será obtido mediante pesquisa em fontes contidas na internet (site do jornal objeto da pesquisa e seus acervos digitais).

2 JORNALISMO

Entende-se por jornalismo a prática de coleta, investigação, análise, edição e divulgação de informações baseadas em fatos, eventos, ideias e pessoas que afetam a sociedade em algum grau. A palavra se aplica à ocupação, profissional ou não, às técnicas utilizadas na produção de seus conteúdos e à organização de estilos literários.

O século XIX pode ser apontado como o período da história de grande importância para a imprensa, pois foi neste momento que o jornalismo se expandiu, transformando-se em um negócio rentável, atingindo independência econômica e a liberdade de não mais se submeter a, por exemplo, partidos políticos.

A expansão do jornalismo iniciou no século XIX, mas conquistou maior espaço no século XX, com o surgimento de meios de comunicação como o rádio e a televisão.

Essa conquista de espaço da imprensa deveu-se ao direito pela liberdade (de expressão), a democracia como nova forma de governo, a escolarização da sociedade e ao processo de urbanização.

Seria principalmente nas últimas décadas do século XIX, surpreendida pela turbulência das transformações sociais, que a cultura letrada e a imprensa começariam decididamente a avançar para além das elites tradicionais. Nessa época, em ritmo acelerado, no compasso de um modo de vida que exporta capitais e invade rapidamente inúmeros espaços do planeta, a história da formação das metrópoles brasileiras multiplica o tempo e a experiência social. (CRUZ, 2000, p. 42).

De acordo com Sodré (1999), os jornais passaram a ser reconhecidos como um meio de denunciar as mazelas e injustiças sociais. O jornalismo passou a figurar como um aliado da democracia, não servindo mais como “propaganda política”, mas sim como um serviço público.

O jornalismo como conhecemos hoje na sociedade democrática tem suas raízes no século XIX. Foi durante o século XIX que se verificou o desenvolvimento do primeiro *mass media*, a imprensa. A vertiginosa expansão dos jornais no século XIX permitiu a criação de novos empregos neles; um número crescente de pessoas dedica-se integralmente a uma atividade que, durante as décadas do século XIX, ganhou um novo objetivo – fornecer informação e não propaganda. (TRAQUINA, 2005. p. 35)

A partir do momento que a mídia fornece informação, a notícia passou a ser tratada como mercadoria, tornando evidente também o surgimento da imprensa sensacionalista, denominada “jornalismo amarelo” nos Estados Unidos. Como consequência deste aspecto mercadológico, a notícia tornou-se um produto do jornalismo vital à publicidade.

Atualmente, o jornalismo de massa serve aos interesses do capitalismo e é praticado a fim de reproduzir comportamentos, ao invés de somente informar a sociedade. Isso ocorre devido a fatores econômicos que muitas vezes sobressaem às responsabilidades sociais dos jornalistas e dos veículos de comunicação (SILVA, 1991).

Além da liberdade política, os avanços tecnológicos também impulsionaram muito as transformações e evoluções da profissão.

A atividade orientada pelo tempo, pelo imediatismo e pelo “furo de reportagem” (termo utilizado para a descoberta e divulgação de uma notícia em primeira mão) criou-se cada vez mais a necessidade de uma estrutura tecnológica avançada – a invenção da máquina fotográfica, por exemplo, inspirou ainda mais essas mudanças.

O impacto tecnológico marcou o jornalismo do século XIX, como iria marcar toda a história do jornalismo ao longo do século XX até o presente, apertando cada vez mais a pressão das horas de fechamento, permitindo a realização de um valor central da cultura jornalística – o imediatismo. De novas edições dos jornais no mesmo dia à quebra da programação televisiva anunciada como boletins, novos avanços tecnológicos nas últimas décadas do século XX tornaram possível, de longa distância, atingir o cúmulo do imediatismo – a “transmissão direta do acontecimento”. (TRAQUINA, 2005, p. 53).

Dentro desse sistema, a falta de tempo para uma apuração profunda e uma pesquisa densa do assunto tratado acaba afetando a cobertura jornalística que, muitas vezes, é feita de maneira superficial.

Além da pressão temporal, os meios de comunicação passaram obrigatoriamente ter de descobrir e produzir notícias em escalas cada vez maiores para atender a demanda, mergulhando ainda mais na superficialidade e criando a necessidade do surgimento de nichos.

2.1 A produção de notícias do século XXI

São muitos os elementos que interferem na construção do produto jornalístico. Como fatores que determinam a produção jornalística hoje, Traquina (2005) destaca:

- Interesses de empresas jornalísticas, incluindo grupos de editores, grupos de poder econômico e até mesmo os próprios jornalistas.
- A relação jornalista x fonte determina o que será divulgado e como será.
- As políticas editoriais de cada organização.
- O modelo de texto jornalístico já pré-estabelecido.

Além de passarem por esses critérios, as notícias também são pensadas e editadas de acordo com que outros jornalistas e outros veículos vão opinar sobre elas. Assim, um jornalista não escreve somente para os leitores, mas também para outros jornalistas e organizações, tendo em vista também a construção de sua própria imagem e da qualidade de seu trabalho.

O cerne da questão é que ninguém segue as notícias tão de perto como os jornalistas. Os jornalistas monitorizam a cobertura uns dos outros. Mesmo quando não estão em contato direto, os jornalistas confiam fortemente no trabalho uns dos outros, com prática institucionalizada, para ideias de histórias e confirmação de seus critérios noticiosos. (TRAQUINA, 2008, p. 26).

Pode-se dizer, nesse sentido, que os jornalistas se importam ainda mais com a opinião de outros jornalistas do que com a do público em si. Souza (2004, p. 27) afirma que “a validação do trabalho pelos colegas substitui uma avaliação externa, que provavelmente os jornalistas recusariam”.

Bourdieu (1997) entende esse processo como um “mecanismo de circulação circular”:

(...) o fato de os jornalistas que têm propriedades comuns, de condição, de origem e formação, lerem-se uns aos outros, verem-se uns aos outros etc. tem efeitos de fechamento, de censura tão eficazes ou mais que uma burocracia central, uma intervenção política expressa. (BOURDIEU, 1997, p.34-35)

No campo organizacional da profissão, a interação de jornalistas ocorre subordinada a processos de recompensa, punições e constrangimentos. Traquina (2001, p. 72-73) expõe esses processos da seguinte forma:

- Os jornalistas têm medo de punições/retaliações profissionais;
- Os jornalistas, assim como outros profissionais, almejam uma carreira ascendente e, portanto, tendem a cumprir as normas das empresas de comunicação para qual prestam serviços;
- Os jornalistas, assim como outras categorias profissionais, respondem a superiores aos quais prestam respeito e subordinação;
- Os jornalistas valorizam as oportunidades de conhecer em “primeira mão” os acontecimentos importantes e de estarem sempre envolvidos em diferentes tarefas e assuntos;
- Os jornalistas são orientados pelo objetivo de conseguir um número de notícias maior do que a concorrência, preferencialmente “furos de reportagem”.

É preciso compreender esse *ethos* jornalístico para que se faça claro o processo de produção das notícias e de todos os fatores que o influenciam. Além disso, é preciso citar que esta é uma cultura caracterizada por saberes profissionais específicos.

Ponte (2005) destaca que esses saberes também norteiam a produção de notícias e, conseqüentemente, o fazer jornalístico. São eles: saberes de reconhecimento (capacidade de reconhecer o que é notícia); saberes de procedimento (recolher, processar, verificar, compreender, entrevistar, escolher fontes, gerir tempo etc.); e saberes de narração.

As notícias representam figurações da realidade construídas a partir da visão de jornalistas e dos veículos de comunicação, portanto, não podem ser tomadas como reflexos totalmente reais da realidade. São, nesse caso, construções sociais da realidade (BERGER; LUCKMANN, 1995).

Como explicita Bourdieu (1997), a simples narração, o fato de relatar, implica sempre uma construção social da realidade capaz de exercer efeitos sociais de mobilização (ou de desmobilização). Essa construção representa um lugar de referência muito semelhante aos da família, dos amigos, da escola, da religião e do consumo (VIZEU; CORREIA, 2008).

2.2 A especialização jornalística

A pressão contra o tempo, a demanda cada vez maior pela produção de notícias jornalísticas e as pesquisas de mercado (opiniões e interesses públicos) abriram espaço para novos direcionamentos.

O jornalismo começou a abranger outros assuntos e a explorar novos formatos de texto como notas, reportagens, crônicas, colunas etc., criando a necessidade de editorias especializadas como esporte, lazer, cultura, vida social, crítica literária, notícias policiais, regionais, estaduais, nacionais, entre outras.

O novo formato trouxe a necessidade da especialização do profissional em concordância com cada editoria criada, formando também grupos de públicos específicos.

A especialização, apesar de propiciar abordagens menos superficiais, trouxe um problema: o estreitamento de relações entre a fonte (as fontes fornecem matéria-prima para os produtos jornalísticos) e o jornalista.

Nesse contexto, surge um paradoxo na atividade: ao mesmo tempo em que o repórter procura agradar a fonte para que essa se mantenha sempre acessível, deve tomar cuidado para não se tornar refém e acabar sendo manipulado por interesses pessoais das fontes.

Neste período em que as escolhas individuais se sobrepõem ao engajamento coletivo, se faz necessário que a lógica da informação procure atender às especificidades para se chegar a públicos diferentes. Nestas circunstâncias em que o perfil do jornalista sofre mudanças, as notícias passam a se basear em informações personalizadas. Com isso, o jornalismo especializado tende a crescer cada vez mais. É algo notável quando olhamos os aumentos das publicações especializadas, maior visto em revistas, além dos suplementos diversificados que aparecem em jornais.

A mídia vem buscando a segmentação das audiências e isso fica mais claro quando olhamos a proliferação de TV a cabo ou assinatura. E esse processo não é isolado. O crescimento do jornalismo especializado está diretamente relacionado à lógica econômica que busca a segmentação do mercado para atingir os grupos que se encontram tão dissociados entre si. Além de ser uma alternativa altamente lucrativa para as empresas midiáticas, o jornalismo especializado é uma resposta da demanda por informações direcionadas que caracterizam as audiências específicas.

Com a decadência de ideologias que preconizam um projeto de modernidade com fundamento na unidade, o jornalismo especializado mostra a mudança dos paradigmas informacionais. Enquanto as diferenças foram soltando os laços da coletividade, as pessoas foram se fechando, focando nos interesses particulares, e hoje podemos ver o quando a sociedade se encontra dividida em grupos mais diversos. O objetivo do jornalismo especializado seria o de orientar as pessoas que se encontram perdidas em meio ao crescimento de informações de milhares de fontes.

As matérias especializadas servem para medir a gama de interesses de várias áreas, mostrando então o nível de dissociação entre os indivíduos desta Sociedade da Informação. Mas também podemos considerar que essas produções segmentadas podem ser uma resposta para alguns grupos que buscavam antes uma linguagem ou temática apropriada ao seu interesse e contexto. Tais grupos atualmente encontram publicações ou programas segmentados onde podem se identificar com maior facilidade. Neste caso, o papel de coesão social no jornalismo especializado passa a cumprir a função de agregador de indivíduos de acordo com seus objetivos, ao invés de tentar igualar a sociedade com um padrão médio de interesse que nunca iria conseguir atender a especificidade de cada grupo.

2.3 Jornalismo Ambiental

O jornalismo ambiental é uma das especializações da profissão jornalística voltada aos fatos relativos ao meio ambiente, à ecologia, à fauna, à flora e à natureza em geral - principalmente no que tange às consequências de iniciativas do desenvolvimento urbano no meio ambiente.

Para Bueno (2007), o jornalismo ambiental se encontra em processo de amadurecimento. O autor acredita que o conceito desta especialização tem que ter seu próprio significado, mesmo que para isso necessite a integrar outros tipos de jornalismo especializado.

O conceito de que o jornalismo ambiental se trata de um ramo do jornalismo científico é errado, visto que o ecojornalismo trata aspectos sobre os quais a ciência não emite opiniões, tais como concepções éticas e filosóficas. Tendo como função principal reavivar a conscientização ecológica da população:

O jornalismo ambiental considera os efeitos da atividade humana, particularmente da ciência e da tecnologia, sobre o planeta e a humanidade. Deve contribuir, portanto, na difusão de temas complexos e na análise de suas implicações políticas, sociais, culturais e éticas. É um jornalismo que procura desenvolver a capacidade das pessoas para participar e decidir sobre seu modo de vida na Terra, para assumir em definitivo sua cidadania planetária. (BACCHETTA, 2000, p. 18)

Para promover essa função conscientizadora nos cidadãos, Bueno (2007, p. 109-110) ressalta três funções básicas para o ecojornalismo: a *função informativa*, preenchendo a necessidade que a população tem de se manter em dia com os temas que abrangem a questão ambiental; a *função pedagógica*, que trata as explicações e possíveis soluções aos impactos ocasionados por determinadas posturas (como o hábito do consumo); e a *função política*, abordando a mobilização dos cidadãos frente aos interesses que condicionam o agravamento dos problemas ambientais.

Dessa forma, o jornalismo ambiental deve estar comprometido com o enquadramento crítico, sendo capaz de explanar as questões em foco, politizar o debate e fornecer soluções para o enfrentamento de crises ecológicas.

Para Bueno (2007, p. 21-22), tal postura “significa repudiar a neutralidade, tomar partido, investigar as causas e consequências da ação nefasta dos grupos econômicos que degradam o meio ambiente”.

Dentro desta especialidade da profissão, noções básicas são totalmente redefinidas, abrindo espaço para a parcialidade e a não neutralidade, tendo em vista que o jornalismo ambiental oferece uma contribuição relevante ao tema da preservação do meio ambiente necessário à vida humana.

O jornalismo ambiental deve construir o seu próprio “ethos”, ainda que compartilhe parcela significativa de seu DNA com todos os jornalisismos (especializados ou não) que se praticam por aí. Simplesmente porque comprometido com a qualidade de vida e com o efetivo exercício da cidadania, ele não pode reduzir-se à sedução do progresso tecnológico, do esforço quase sempre socialmente injusto pelo aumento do PIB e da produção de grãos, ou espelhar-se no egoísmo desmobilizado da intelectualidade brasileira. O jornalismo deve propor-se política, social e culturalmente engajado, porque só dessa forma conseguirá encontrar forças para resistir às investidas e pressões de governos, empresas e até de

universidades e institutos de pesquisa, muitos deles patrocinados ou reféns dos grandes interesses. (BUENO, 2007, p. 29)

É importante frisar que o acesso à informação ambiental, apesar de contrário a poderosos interesses econômicos, é um direito do cidadão assegurado pelo artigo 5º da lei federal 9.745, de 24/04/1999, que institui a Política Nacional de Educação Ambiental.

O jornalismo ambiental por conceito extrapola o jornalismo científico tradicional, e não pode ser confundido com jornalismo econômico e não pode ser usado como apoio ao jornalismo cultural, quase sempre tipificado pelo diálogo surdo das elites (BUENO, 2007). Para ter um maior entendimento sobre o conceito do jornalismo que aborda a temática ambiental, sugerimos abordar um espaço para este tipo de divulgação. A maioria dos assuntos ambientais se restringe às pautas de “ecotragédias”, por exemplo, o assassinato da missionária americana da Pastoral da Terra, Dorothy Stang, no Pará, e outros assuntos exóticos como nascimento de animais com alterações genéticas.

Em geral, os jornalistas precisam ter um papel mais ativo na busca de boas pautas para reportagens. Para Nelson (1994, p. 16), existe uma tendência de que a cobertura ambiental se limite a acidentes como vazamentos de substâncias tóxicas, ou eventos ‘preparados’ por grupos de ambientalistas ou empresas.

Bueno (2007, p. 30-36) distingue *Jornalismo Ambiental* de *Comunicação Ambiental*. Dessa forma, a Comunicação Ambiental caracteriza-se como o conjunto de ações, estratégias, produtos, planos e esforços de comunicação destinados à divulgação e à disseminação da causa ambiental; por sua vez, o Jornalismo Ambiental diz respeito exclusivamente às manifestações jornalísticas.

Para que seja possível reconhecer cada um no amplo espaço midiático, conforme Bueno (2007), enquadram-se na Comunicação Ambiental folhetos com temas ambientais, palestras com o tema ecologia, ações contra tecnologias nucleares ou transgênicos, livros sobre temas ecológicos e vídeos ou filmes. O Jornalismo Ambiental caracteriza-se por produtos realizados por profissionais da imprensa (jornal, rádio, TV, internet, etc.), enquanto a comunicação não tem nenhum compromisso com a atualidade, ou com algum formato específico.

A criação de conteúdo para a Comunicação Ambiental pode ser realizada por qualquer profissional: jornalistas, biólogos, advogados, pescadores, ativistas etc.; o

Jornalismo Ambiental é reduto de profissionais da imprensa que desejam qualificar a informação e incrementar o debate ambiental.

No quadro abaixo, evidencia-se o modelo teórico de Bueno (2007) com relação aos princípios do Jornalismo Ambiental.

Quadro 1: Princípios do Jornalismo Ambiental

| | |
|------------------------------|---|
| Função informativa | Manter a população em dia com os temas ecológicos. |
| Função pedagógica | Explicar, entrevistar especialistas, fornecer possíveis soluções, adiantar possíveis consequências. |
| Função política | Mobilizar a população em relação aos problemas abordados. |
| Enquadramento crítico | Análise e interpretação do contexto social. |
| Parcialidade | Não neutralidade ao abordar tragédias causadas pelo homem. Cobranças aos órgãos/instituições/pessoas/organizações responsáveis. |
| Investigação | Buscar entender como aquele problema surgiu, quem são os culpados, como vão responder os atos. |

Fonte: BUENO (2007); Adaptado pela autora.

2.3.1 Função informativa

Preenche a necessidade que os cidadãos têm de estar em dia com os principais temas que abrangem a questão ambiental, considerando os impactos que a vida moderna (hábitos de consumo, efeito estufa, poluição do ar e da água, contaminação por agrotóxicos, destruição da biodiversidade etc.) tem sobre o meio ambiente e, conseqüentemente, sobre a vida humana.

2.3.2 Enquadramento crítico

O Jornalismo Ambiental é, acima de tudo, jornalismo. Dessa forma, deve manter seu interesse voltado para o que é de importância social, democratizando o conhecimento e ampliando o debate. Deve trazer os assuntos abordados para o contexto social e não pode se tornar um porta-voz de pessoas/instituições no poder.

2.3.3 Função política

Entendida por Bueno (2007) no sentido mais amplo e não meramente ao político-partidário, tem a ver com a mobilização dos cidadãos para fazer frente aos interesses que condicionam o agravamento da questão ambiental, ou seja, a ação de determinadas empresas e setores que, recorrentemente, têm penalizado o meio ambiente para favorecer negócios (indústrias agroquímicas, de biotecnologia, de mineração, de papel e celulose, agropecuária etc.).

2.3.4 Parcialidade

Na visão do autor o jornalismo ambiental deve estar comprometido com a qualidade de vida e com o efetivo exercício da cidadania e não pode isentar-se porque participa de um jogo amplo de interesses injusto e perigoso. Em função disso, não deve admitir-se neutro.

2.3.5 Investigação

O jornalismo ambiental deve preocupar-se em descobrir causas, culpados e até mesmo realizar cobranças relativas a crimes ambientais, poluição, a limpeza de rios e oceanos. Deve preocupar-se também em buscar soluções plausíveis aos problemas que a questão abrange, apoiando-se sempre em profissionais da área. Entregar uma pesquisa completa à população, desde a sua investigação, checagem de fatos, edição e divulgação é parte essencial do jornalismo ambiental.

2.4 O jornalismo ambiental no Brasil

Graças à realização no Brasil, em 1992, da Conferência das Nações Unidas sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento, o jornalismo ambiental se consolidou

como especialização temática. Mostrar os problemas, suas causas e possíveis soluções é o compromisso que orienta os profissionais dessa área.

No Brasil dos anos 1960, ficou famosa a reportagem que descrevia uma caçada na região de Nova Mutum, no Mato Grosso (MT) – *Só faltou a onça* – publicada por José Hamilton Ribeiro na revista da editoria Abril, *Realidade*. “Essa reportagem, hoje, seria impossível. É política e ecologicamente incorreta. Mas na época era aceitável” reconheceu José Hamilton Ribeiro em um livro com reportagens selecionadas da revista (MARÃO; RIBEIRO, 2010, p. 103).

A partir dos anos 1970, reportagens sobre temas ambientais já eram publicadas com alguma frequência no país como, por exemplo, a contaminação em Cubatão (SP), denunciada por Randáu Marques (1994), a poluição da Borregaard – fábrica norueguesa de celulose estabelecida no Rio Grande do Sul em 1972 – e as manifestações da Associação Gaúcha de Proteção ao Ambiente Natural (Agapan) foram temas frequentes nesse período.

Com a evolução da mídia ambiental – que se aproximou do jornalismo científico – e com a gradativa adaptação dos agentes econômicos aos novos tempos de tratados e convenções internacionais, tecnologias limpas, certificações, reciclagem, gestão ambiental e posturas “ecologicamente corretas”, muda completamente a relação desta imprensa especializada com o poder e com o público. A mídia ambiental passa a ser um termômetro importante, a ser consultado antes da tomada de decisões e até mesmo capaz de mudar o rumo de algumas delas. Gradativamente o meio ambiente ganha importância e mesmo os jornalistas de formação política não puderam evitar o tema. Sobretudo aqueles que com alguma experiência como correspondentes no Primeiro Mundo, onde é mais evidente o peso atribuído ao meio ambiente na política e na economia. (JOHN, 2001, p. 92)

A jornalista ambiental John (2001) reconhece que apesar de o ecojornalismo não ser mais ignorado pelos grandes jornalistas e abrir espaços bem maiores, raros eram (e ainda são) os veículos como uma seção ambiental fixa e uma equipe dedicada ao tema. Na visão de Arnt (1994), o tema ecológico era discriminado pelo jornalista brasileiro – relatando inclusive ter sentido esse pré-conceito no *Jornal do Brasil*, programa veiculado pelo grupo Globo. De acordo com o autor, os jornalistas ambientais eram “tratados como defensores do exotismo, do primitivismo, da brega,

de uma visão exótica, uma mistura de naturebismo com populismo camponês” (ARNT, 1994, p. 73).

De acordo com Arnt (1994), a dificuldade para tratar dos temas ambientais no Brasil se dá na presença de uma ideologia pró-modernização entre os proprietários e editores dos principais veículos jornalísticos do país. Segundo ele, para que fosse possível conquistar um espaço sólido, era necessário abordar o meio ambiente de uma perspectiva modernizante.

Então, pegar esses temas da natureza numa perspectiva modernizante é o que vai nos colocar na agenda política, fora do exótico, fora do atraso e vai dar mais poder aos ambientalistas para mexer com isso numa política geral, em um lugar mais privilegiado na política brasileira. [...] Tudo isso que diz respeito à economia de produtos florestais, que vai bater no extrativismo, em biodiversidade, vai bater no aproveitamento de recursos naturais, tem muita gente que trabalha com isso seriamente no Brasil. Acho que isso vai se colocar cada vez mais para quem mexe com meio ambiente no Brasil e conservação. [...] Para o ambientalismo crescer na política brasileira, vai ter que se apossar dessa coisa de recursos naturais e agenda-las numa perspectiva modernizante. (ARNT, 1994, p. 79)

Em junho de 2001, dados emitidos pela Comissão Econômica para América Latina (CEPAL) – organismo das Nações Unidas – descrevem que o jornalista paulistano é mal informado e não se interessa pelo meio ambiente. Os jornais mais populares da capital justificam a ausência de informações voltados à ecologia pela falta de interesse do leitor, influenciado por sua classe social e necessidade de focar nas questões que tocam a economia e o futuro.

Na televisão, o cenário se divide entre noticiar as tragédias e acidentes ambientais, comemorar datas relativas ao meio ambiente e *glamourizar* a visão da natureza selvagem contribuindo para que a população receba a informação de modo idealizado.

Se pensarmos a temática ambiental sob o ângulo mercadológico, o assunto é considerado por certos setores da imprensa como um bloqueio para o desenvolvimento econômico do país – assim como citado anteriormente por Arnt (1994).

Frente a um cenário tão preocupante, é importante ressaltar as dificuldades que a atividade enfrenta principalmente por contrariar poderosos interesses econômicos, resultando em dificuldades financeiras, logísticas etc.

Como consequência, a cobertura de temas ambientais pela grande mídia é feita de forma superficial. Nos jornais impressos – espaço onde o tema poderia ser abordado mais profundamente – não é diferente, sendo feita de forma isolada e reducionista. Nenhuma dessas formas de comunicação atinge a conscientização ambiental do cidadão.

Após a Conferência Rio 92, quando começou a ganhar força o entendimento sobre a relevância dos instrumentos econômicos no enfrentamento dos problemas ambientais, surgiu o que hoje entendemos como *economia verde*. Na última década do século XX, o meio ambiente passou a fazer parte de uma disputa de poder – o setor empresarial foi se apropriando da bandeira do ambientalismo.

É possível encontrar os sinais desse movimento de mercado. Wladimir Ungaretti (1998) analisou o conteúdo de 235 edições do jornal *Gazeta Mercantil* publicadas em 1993, um ano após a conferência. O jornal que era o principal diário especializado em economia do Brasil criou um caderno específico para tratar os temas ambientais, após um número crescente de empresas serem acionadas judicialmente por desrespeitar a legislação ambiental.

A criação do *Marketing Verde* – estratégia de vinculação de uma marca a uma imagem ecologicamente consciente – confundiu ainda mais o cenário daquilo que é genuinamente ECO (ecológico) e aquilo que é comercialmente ECO.

Publicamente as grandes empresas fazem campanhas ecológicas e postam notícias na imprensa, e veladamente tentam afrouxar a legislação ambiental brasileira e desacreditar as organizações voltadas ao tema verde. Em seus discursos, essas mesmas empresas pregam a liberdade de expressão e a democracia, mas nos bastidores criam uma espécie de censura empresarial – para que os telespectadores recebam apenas uma visão dos fatos.

Dentro desse cenário, as organizações não-governamentais enfrentam dificuldades para publicar o seu ponto de vista. Os grandes grupos de comunicação brasileiros, por sua vez, sabem que não podem ignorar a temática, por uma questão mercadológica. Por isso mantem pequenas janelas noticiando acontecimentos isolados.

Até mesmo o jornalista que se especializa na editoria ambiental é tachado de “ecochoato”, principalmente quando inicia discussões ecológicas com profundidade ou denuncia grandes empresas poluidoras. Ele tem que oferecer boas manchetes para disputar espaço na redação, se destacar com um trabalho de qualidade e,

principalmente, deve ter provas suficientes para enfrentar a reação de poluidores quando for fazer denúncias.

2.5 Critérios de noticiabilidade

Noticiabilidade é um conjunto de quesitos relativos aos acontecimentos, considerando a rotina de produção e a ideologia do jornalista, que atenta as características básicas de uma notícia. Naturalmente está sempre subordinada aos interesses e necessidades do jornal.

“A noticiabilidade é um conjunto de elementos através dos quais o órgão informativo controla e gere a quantidade e o tipo de acontecimentos, dentre os quais há que selecionar a notícia” (WOLF, 2001).

Mas afinal quais critérios os jornalistas utilizam na hora de selecionar acontecimentos, pessoas e instituições que se tornarão notícias? De acordo com uma análise feita por Johan Galtung e Mari Ruge, em 1999, são 12 fatores que norteiam desde a seleção até a construção da notícia: frequência, intensidade, clareza, significância, consonância, imprevisibilidade, continuidade, composição, referência a pessoas de elite, referência a nações de elite, personificação e referência ao negativo.

Com base em Lippman (2002), consideram-se as seguintes características como critérios da noticiabilidade: proximidade geográfica, clareza, impacto, surpresa e conflito pessoal.

Quando tratamos de critérios de noticiabilidade é imprescindível que falemos do valor-notícia. Para Wolf, os valores-notícia são regras que iluminam os processos em uma redação.

O rigor dos valores-notícia não é, pois, de uma classificação abstrata, teoricamente coerente e organizada; é, antes, a lógica de uma tipificação que tem por objetivo atingir fins práticos de uma forma programada e que se destina, acima de tudo, a tornar possível a repetitividade de certos procedimentos. (WOLF, 2001, p. 86)

Acompanhando essa linha de pensamento, os valores-notícia funcionam como preceitos que percorrem o processo de produção da seleção à publicação. Apontam o que deve ser prioridade na apresentação dos fatos, o que deve ser

omitido ou realçado. Sendo assim, não é utilizado apenas na seleção de notícias suficientemente interessantes ou significativas:

Um segundo aspecto geral é que os valores-notícia são critérios de seleção espalhados ao longo de todo o processo de produção; isto é, não estão presentes apenas na seleção das notícias, participam também nas operações posteriores, embora com um relevo diferente (WOLF, 2001, p. 85).

Outra prática que deve ser considerada entre os critérios de noticiabilidade é a do *news judgment*: perspicácia profissional, em outras palavras, a capacidade de escolher entre fatos concorrentes o mais interessante e significativo, prática que deve estar associada aos ideais de objetividade, imediatismo, índices de audiência etc.

Devido às diversas pressões a que o jornalista está sujeito, ele sente que tem de ser capaz de se proteger para o afirmar: “Eu sou um profissional objetivo”. Ele tem de desenvolver estratégias que lhe permitam afirmar: “Isto é uma notícia objetiva, impessoal e imparcial”. De igual modo, os editores e a administração do jornal sentem que têm de ser capazes de afirmar que o conteúdo do jornal e que a política informativa e a política editorial são distintas uma da outra. Uma vez que os leitores não possuem *news judgment* e, quando, desafiam os jornalistas, tendem a agir como se possuíssem, reivindicar a objetividade com base no *news judgment* pode não satisfazer os críticos (TUCHMAN, 1993, p. 88).

2.6 Critérios intrínsecos e extrínsecos

De acordo com a análise de Galtung e Ruge (1999), se um evento é baixo em algum dos 12 fatores citados pela dupla (frequência, intensidade, proximidade cultural, clareza, relevância, consonância, imprevisibilidade, continuidade, composição, referência a nação de elites, referência a pessoas de elite, personificação ou referência a algo negativo) necessariamente outro precisa ser alto para ser transformado em notícia. Dentre as condições, há um conjunto que divide os fatores que cerceiam o acontecimento (intrínsecos) e as demais condições influenciadoras no processo de construção da notícia (extrínsecos).

Entre as diferentes distinções de valor-notícia, Silva os define como características que guiam a seleção primária dos fatos e também interferem na hierarquização dentro das redações.

Ora, ao tratar jornalisticamente os fatos na produção material da notícia, a seleção e a hierarquização recorrem sim aos valores-notícia. Mas estes agem aqui apenas como uma parte do processo, pois nessas escolhas sequenciadas entrarão outros critérios de noticiabilidade, como formato do produto, qualidade da imagem, linha editorial, custo, público-alvo, etc (SILVA, 2005, p. 99).

Na contramão do estudo de Galtung e Ruge, Shoemaker e Vos (2011) argumentam que os eventos não possuem valor-notícia inerente. “Apenas as pessoas podem decidir acerca do valor notícia de um evento”. Segundo os autores, os valores seriam considerados “culturalmente livres” – apesar de tentarem estabelecer uma conexão de significância com o leitor. Por fim, é possível compreender que em meio a diferentes pontos de vistas, o valor notícia é um fator que influencia a produção de matérias dentro de uma redação profissional.

Definida a noticiabilidade como um conjunto de elementos através dos quais o órgão informativo controla e gera a quantidade e os tipos de acontecimentos, de entre os quais há que seleccionar as notícias, podemos definir os valores-notícia como um componente da noticiabilidade (WOLF, 2001, p. 85).

Para o Bond (1959), os valores-notícias também constituem referencias para operacionalizar as análises de notícias, assim permitindo identificar as igualdades e diferenças na seleção ou hierarquização de acontecimentos nos múltiplos veículos de imprensa.

Bond enumera doze situações a que ele denomina valores jornalísticos das notícias.

- 1 – Referente à pessoa de destaque ou personagem público (proeminência)
- 2 – Incomum (raridade)
- 3 – Referente ao governo (interesse nacional)
- 4 – Que afeta o bolso (interesse pessoal/econômico)
- 5 – Injustiça que provoca indignação (injustiça)
- 6 – Grandes perdas de vidas ou bens (catástrofe)

- 7 – Consequências universais (interesse universal)
- 8 – Que provoca emoção (drama)
- 9 – De interesse de grande número de pessoas (Número de pessoas afetadas)
- 10 – Grandes somas (grande quantia de dinheiro)
- 11 – Descoberta de qualquer setor (descobertas / invenções)
- 12 – Assassinato (Crime / Violência)

3 JORNAL O GLOBO

O Globo é um jornal diário de notícias do Brasil, fundado em 29 de julho de 1925, por Irineu Marinho, no Rio de Janeiro. O jornal integra o Grupo Globo – propriedade da família Marinho – e é divulgado nas formas impressa e digital. A organização conta também com a Rádio Globo, a TV Globo, a Editora Globo e outros veículos.

O grupo midiático Globo possui um dos jornais de maior audiência do país de orientação política *conservadora* – ideologia política e social que defende a manutenção das instituições sociais tradicionais no contexto da cultura e da civilização (tais como religião, monarquia, hierarquia social etc.).

De acordo com uma reportagem divulgada em 31 de março de 2020, do portal de notícias Terra – empresa brasileira de internet pertencente ao grupo espanhol Telefônica – uma pesquisa feita pelo Datafolha aponta que 61% dos brasileiros confia nos programas jornalísticos da televisão para se informar, sendo o grupo Globo líder de audiência – registrando as melhores médias dos últimos nove anos.

Este fato que se tornou evidente durante a crise do vírus Covid-19, no primeiro semestre de 2020, quando a TV Globo marcou seu maior índice de audiência desde 2011. Além disso, o jornal ajudou a transformar a história da imprensa brasileira, sendo o pioneiro na telefotografia, publicando sua primeira foto em 1936 e voltando a publicar fotos ao longo da Segunda Guerra Mundial. Em 1959, publicou a primeira radiofoto em cores publicada na América Latina.

O Globo também foi o primeiro jornal a circular aos domingos, onde Roberto Marinho (filho de Irineu Marinho) assinava na primeira página o editorial “O dia que faltava”. Poucos anos depois, em 1985, a redação ganha uma ilha de computadores. Em 1996, surgia o *Globo On*, página na internet que circulava exatamente com o

mesmo conteúdo do jornal impresso. Por fim, em 2012 a mudança gráfica do impresso deu a ele a cara que vemos hoje.

Pelo tempo de estrada do jornal e pela quantidade de transformações que incentivou à imprensa brasileira, o conteúdo midiático das organizações Globo é uma referência no que tange ao jornalismo e a comunicação social nacional.

3.1 Valores-notícia no jornal O Globo

A atividade jornalística transforma fatos, eventos e pessoas em notícia, selecionando o que deve ou não ser do conhecimento da coletividade. Boa parte desse processo é influenciado pela linha editorial do veículo, rotina produtiva, visão do público, concorrência e condições de produção, bem como pela economia e interesses de grupos empresariais.

A *linha editorial* é o modo como um jornal se apresenta, o que é estabelecido como importante, interessante e de que forma o público dialoga com aquele conteúdo, podendo se dizer que é o direcionamento da empresa para o público. Para abordar o valor-notícia do jornal O Globo é preciso pontuar que este é um *quality-paper* (jornal que privilegia política, economia, administração pública e cultura, além de comercializar seus exemplares em bancas e vender assinaturas) que tem como público-alvo as classes A e B¹ e, de acordo com dados do Instituto Verificador de Comunicação (IVC), divulgados pela Associação Nacional de Jornais (ANJ), o Globo teve uma circulação média de 330 mil exemplares nos primeiros meses de 2020.

É importante também esclarecer que a notícia pode ser definida como uma narrativa informativa que constrói uma realidade simbólica baseada na seleção, apuração e hierarquização dos fatos escolhidos como relevantes para aquele público. Os holandeses Tony Harcup e Deirdre O'Neill identificaram alguns problemas nos valores-notícia citados por Galtung e Ruge: os critérios tratavam apenas de eventos.

Embora os números acima deem a ideia de que as notícias contem frequentemente os valores identificados por Galtung e Ruge, nosso estudo

¹ Classe E (0-R\$ 1.254), Classe D (R\$ 1.255-R\$ 2.004), Classe C (R\$ 2.005-R\$ 8.640), Classe B (R\$ 8.641-R\$11.261), Classe A (R\$11.262 ou mais) (FGV, 2020).

publicitário pondera a argumentação de Seaton em que muitos itens das notícias não reportam eventos, mas pseudo-eventos, propaganda pública ou manipulação de relações públicas (HARCUP; O'NEILL, 2010, p. 276)

Os autores sugerem os termos *Power elite* (relacionado a indivíduos, instituições e organizações poderosas), *Magnitude* (intensidade), *Surprise* (imprevisibilidade), *Follow-Up* (continuidade), *Bad News* (referindo-se ao negativo). Em 2016, a dupla adicionou a lista de valores-notícia *Exclusivity* (matérias disponíveis antes apenas para a empresa jornalística), *Audiovisuals* (histórias com fotos, vídeos, áudios ou infográficos), *Shareability* (potencial de compartilhamento), *Drama* (histórias que exploram o lado emocional do leitor). Como já ressaltado, os valores-notícia “embora revelem uma forte homogeneidade no interior da cultura profissional, não permanecem sempre os mesmos” (WOLF, 2001, p. 86).

Em 2003, o professor Carlos Eduardo Franciscato expôs um estudo sobre a noticiabilidade a partir de características intrínsecas aos acontecimentos noticiáveis entendidos como dimensões da experiência humana. “As notícias são socialmente construídas e os critérios de noticiabilidade são resultantes deste partilhamento e consenso de valores em uma comunidade”. (FRANCISCATO, 2003, p. 98)

O autor propõe um modelo teórico que debata a complexidade social da noticiabilidade não apenas em sua perspectiva operativa. Mas relembra o papel dos valores socioculturais e aponta que os valores noticiosos seriam consequências de determinações culturais.

Um primeiro avanço seria compreender as categorias propostas nos estudos sobre a noticiabilidade como componentes de dimensões da experiência humana e, como tal, são construções sociais de modo de vivenciar esta experiência no cotidiano e na vida pública. (FRANCISCATO, 2003, p. 99)

Diante disso, Franciscato divide as categorias de dimensões em duais. Ao todo são listados cinco polos duais: atualidade e distanciamento do tempo presente, continuidade e ruptura, normalidade e anormalidade, importância e interesse, proximidade e distância.

Melo (2017) realizou uma análise qualitativa dos valores-notícia do jornal O Globo, onde foram coletados destaques da *home* do site do jornal durante os meses de outubro e novembro de 2016, sempre às 19h (quadro 2). Ao todo, foram analisados 50 títulos e leads – parte do texto que contém as informações mais

proeminentes – com objetivo de identificar os valores-notícia que mais se destacavam no material. Para facilitar a operação, Melo desenvolveu um quadro com critérios de seleção baseado no modelo de Carlos Eduardo Franciscato, em 2003.

Quadro 2: Critérios de noticiabilidade

| Dimensões da noticiabilidade | Critérios de seleção |
|---|--|
| Atualidade e distanciamento do tempo presente | Data do ocorrido Periodicidade Instantaneidade |
| Continuidade e ruptura | Morte Surpresa |
| Normalidade e anormalidade | Incomum Conflito Crime Escândalo Polêmica |
| Importância e interesse | <i>Power elite</i> (governo, instituições de poder, pessoas de poder) Relevância Entretenimento (humor, celebridade, referência a sexo, oportunidade de imagem, interesse humano) Serviço |
| Proximidade e distância | Proximidade geográfica |

Fonte: MELO (2017); Adaptado pela autora.

Como explicado anteriormente os critérios foram categorizados por suas dimensões. Para explicar os critérios, vamos descrever o sentido das dimensões mais destacadas.

3.1.1 Importância e interesse (Critérios: relevância, entretenimento e power elite)

O polo que dimensiona importância e interesse é um dos pilares do jornalismo e relaciona-se diretamente com a construção social de interesse público, incluindo acontecimentos que para os profissionais da comunicação em geral são obrigatórios e relevantes para o cidadão principalmente no que tange à gestão da vida pública. Este polo abrange acontecimentos que possuem consequências, afetam a vida da população ou fazem referência ao que Harcup e O'Neill (2010) chamam de *power elite* – instituições, organizações ou pessoas de poder – justificando as coberturas de decisões tomadas pelo governo, pronunciamentos, eleições, etc.

3.1.2 Normalidade e anormalidade (Critérios: incomum, conflito, crime, escândalo, polêmica)

Categoria que caminha sobre o que é condicionado pela sociedade em termos de comportamento, situações ou legalidade em contraposição com o que é anormal e representa conflito em diferentes ordens. São noticiados utilizando como critério base a normalidade e anormalidade, por exemplo, desvios de verbas governamentais, crimes de corrupção, casos de tragédias evitáveis, eventos incomuns ou raros.

3.1.3 Continuidade e ruptura (Critérios: morte, surpresa)

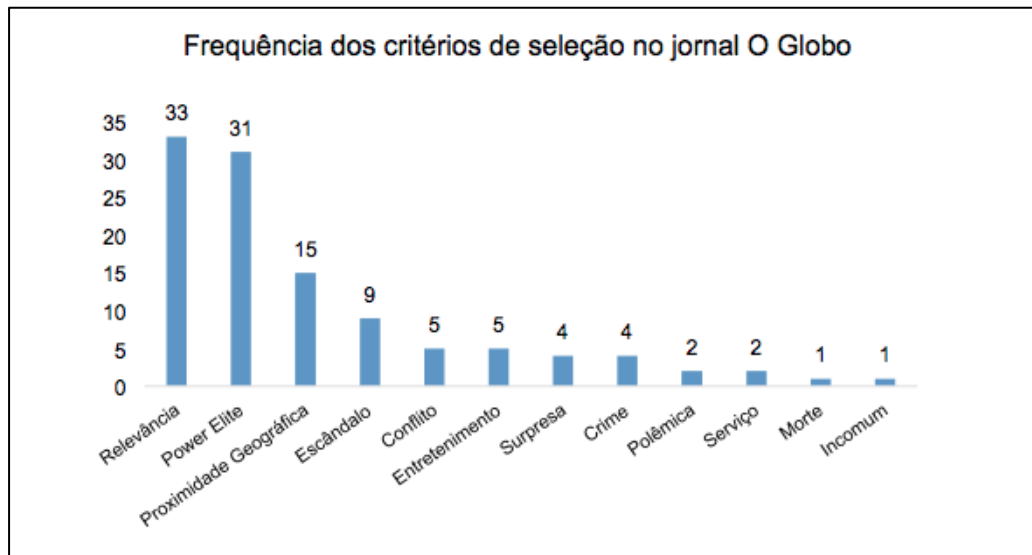
Este polo se relaciona com a ideia de que a quebra de rotina tem alto teor de noticiabilidade, quanto mais surpreendente, mais noticiável. Por isso envolvem os critérios morte e surpresa.

3.1.4. Continuidade Proximidade e distância (Critérios: proximidade geográfica)

Como resultado da análise feita por Melo (2017), a figura abaixo mostra quais os critérios foram mais utilizados na produção de notícias do jornal no período investigado.

3.1.5 Atualidade e distanciamento do tempo presente (Critérios: periodicidade, Data do ocorrido)

O jornalismo ambiental tem compromisso com a atualidade, pressupõe periodicidade para seus produtos e ações. Esta dimensão indica um fenômeno como



noticiável por suas qualidades temporais como brevidade, imediaticidade, novidade, instantaneidade e continuação. O sentido de tempo presente produzido pelo jornalismo pode oscilar, por exemplo, eventos ocorridos há décadas atrás podem compor as páginas de um jornal desde que sua revelação seja de relevância social.

Figura 1: Frequência dos critérios de seleção no jornal O Globo

Fonte: MELO (2017)

De acordo com a análise feita por Melo (2017), o jornal O Globo desempenha papel de direcionamento para a tomada de decisões políticas, e por isso, mantém o foco em assuntos relevantes e de interesse público. O Globo busca abarcar uma abordagem ampla voltada para a cobertura nacional, para a violação do patrimônio com coberturas de escândalos de corrupção e tragédias em nível nacional. A proximidade geográfica aparece menos, e quando se faz presente, está vinculada à *power elite* local.

As classes sociais do público-alvo deste veículo, como havia sido pontuado, abarca as classes A e B, e a linha editorial são fatores que permeiam essencialmente a noticiabilidade e influenciam diretamente na seleção e construção das notícias.



3.2 Análise das manchetes e matérias do jornal O Globo referentes à tragédia em Mariana/MG

A figura 2 apresenta a capa do jornal O Globo do dia 06/11/2015 – horas depois do acidente causado pela mineradora. A manchete dizia “Mar de lama destrói distrito de Mariana”, no *lead* o texto explicava que a tragédia havia sido causada pelo rompimento de uma barragem de rejeitos somado a dados sobre mortes, desaparecimentos e sobre o volume que a lama atingiu.

Figura 2: Manchete da capa jornal O Globo 06/11/2015
Fonte: Acervo digital O Globo (2015)

A capa traz uma fala da empresa que pertence à Vale e à australiana BHP Billiton dizendo: “priorizar o atendimento as vítimas e evitar danos ao meio ambiente”. No final, trata-se a afirmação de que as causas do acidente estavam sendo investigadas. Não houve nenhuma cobrança por parte do jornal em relação a como seria feita a limpeza do local ou o reflorestamento das áreas danificadas pela lama.

A manchete da capa do jornal O Globo do dia 07/11/2015 apresenta a seguinte frase “Sem sirene, alerta foi por telefone” (figura 3).



Figura 3: Manchete da capa jornal O Globo 07/11/2015
 Fonte: Acervo digital O Globo (2015)

O texto carregado de indignação explica que as barragens da Samarco não tinham nenhum sistema de alerta de risco e que os moradores teriam sido avisados por telefone – método pouco eficaz devido à falta de tempo – deixando um morto, treze desaparecidos e mais de 500 pessoas desabrigadas.

Na capa do dia 08/11/2015, O Globo traz mais informações sobre o número de pessoas desaparecidas ou mortas (figura 4).



Figura 4: Capa do jornal O Globo 08/11/2015
 Fonte: Acervo digital O Globo (2015)

A notícia mantém o foco do texto informativo, não fazendo nenhuma cobrança à empresa causadora da tragédia, que a esta altura já poderia ser questionada sobre não somente o que tange às questões ecológicas (danos irreparáveis), mas também ao trato das pessoas que perderam suas casas e tiveram parentes, amigos e vizinhos desaparecidos – incluindo trabalhadores da própria Samarco.

A figura 5 apresenta a capa do jornal O Globo do dia 09/11/2015. O jornal divulga a ameaça da captação de água em cidades de Minas Gerais e do Espírito Santo. Situação que causou o fechamento temporário de algumas escolas, ainda sem nenhuma cobrança por parte do jornal, o texto foca em informação e detalhamento do percurso da lama.



Figura 5: Capa do jornal O Globo 09/11/2015
Fonte: Acervo digital O Globo (2015)

A capa do dia 10/11/2015 trazia informações sobre a proporção que a tragédia que se tomava a cada dia na natureza (figura 6).



Figura 6: Manchete da capa do jornal O Globo 10/11/2015
 Fonte: Acervo digital O Globo (2015)

Esta manchete expõe a classificação do rompimento da barragem feita pela *Bowker Associates* (Consultoria de gestão de riscos relativos à construção pesa nos EUA) como “um dos maiores desastres ambientais da história de Minas” e a notícia de que a Samarco havia sido proibida de atuar na região. A tragédia não é somente um dos maiores desastres ambientais da história de Minas Gerais, mas sim do mundo.

No dia 18/11/2015, a capa do jornal O Globo traz um alerta “Samarco admite risco em mais duas barragens” (figura 7).



Figura 7: Capa do jornal O Globo 18/11/2015
 Fonte: Acervo digital O Globo (2015)

O texto explica que a empresa está fazendo o possível para reduzir os riscos, mas não traz, por exemplo, um especialista no assunto para informar a população ou orientar a ação da empresa. O texto faz ainda uma comparação com muitas

dadas no exterior para desastres ambientais como a do vazamento de óleo no Golfo do México, que chegou a R\$99 bilhões, enquanto a Samarco teria sido multada em apenas R\$ 1,25 bilhões. Dá-se ainda o exemplo do rompimento da barragem do Rio Pomba, onde a empresa acabou tendo redução de 80% na dívida e parcelamento de 60 vezes.

A capa de 22/11/2015 traz mais um alerta: “Barragens de alto risco ameaçam 540 mil pessoas” (figura 8).



Figura 8: Capa do jornal O Globo 22/11/2015
Fonte: Acervo digital O Globo (2015)

A matéria traz mais uma consequência da tragédia em Mariana/MG. A lama invadiu o mar do Espírito Santo e causou preocupação. O texto deixa claro que há outras barragens em território nacional em situação de risco, desta vez podendo atingir as bacias dos rios Amazonas, Paraguai e São Francisco, alerta que teria sido feito já em 2014.



Figura 10: Manchete da capa do jornal O Globo 29/11/2015
Fonte: Acervo digital O Globo (2015)

No dia 05/11/2016, quando a tragédia completou um ano, o desastre volta a ser pauta na capa do jornal O Globo (figura11).



Figura 11: Manchete da capa do jornal O Globo 05/11/2016
Fonte: Acervo digital O Globo (2015)

Após um ano sem nenhuma solução ou indenização realizada pela empresa, o texto aponta Mariana/MG como a cidade que abriga o maior cemitério de árvores do mundo. A lama de rejeitos cobriu as matas ciliares da bacia do Rio Doce, acabando com o ecossistema do local. Na data da publicação, o texto informava que a barragem continua vazando, ainda sem nenhuma cobrança ou pedido de socorro

pela natureza. O Globo aponta que, segundo especialistas, o desastre demoraria mais de uma década para ser superado.

3.3 Análise comparativa entre Jornalismo Ambiental e a cobertura do jornal O Globo na tragédia de Mariana/MG

Como proposto pelo trabalho, foram analisadas dez capas do jornal O Globo no período de um ano – entre 06/11/2015 a 05/11/2016 – baseando a análise nas pesquisas feitas sobre os temas: jornalismo, jornalismo ambiental, jornalismo ambiental no Brasil, critérios de noticiabilidade, princípios que norteiam o jornalismo ambiental e valores-notícia para o jornal O Globo.

Para facilitar a compreensão do procedimento de análise dos critérios e princípios seguidos pelo jornal, utilizamos um quadro com critérios de seleção feito com base no modelo teórico de Franciscato (2003 apud Melo 2017) e Bueno (2007). Tal quadro, o quadro 3, conta com datas, títulos, leads, critérios de noticiabilidade e princípios do jornalismo ambiental. Com relação à noticiabilidade, examina-se a mesma em suas cinco dimensões: atualidade e distanciamento do tempo presente (critérios: data do ocorrido, periodicidade, instantaneidade), continuidade e ruptura (critérios: morte, surpresa), normalidade e anormalidade (critérios: incomum, conflito, crime, escândalo, polêmica), importância e interesse (critérios: *power* elite, relevância, entretenimento), proximidade e distância (critérios: proximidade geográfica). Já no que concerne aos princípios, analisa-se cada notícia segundo seus “princípios do jornalismo ambiental”, quais sejam: função informativa, função pedagógica, função política, enquadramento crítico e parcialidade.

Quadro 3: Análise de critérios e princípios da abordagem do jornal O Globo no caso de Mariana/MG

| Data | Título | Lead | Critérios de Noticiabilidade | Princípios do Jornalismo Ambiental |
|----------|--|---|--|---|
| 06/11/15 | Mar de Lama destrói distrito de Mariana/MG | <p>O rompimento de uma barragem de rejeitos de mineração provocou exurrada de lama que destruiu parte do distrito de Bento Rodrigues, na cidade histórica de Mariana, em Minas. Até o fim da noite de ontem, uma morte foi oficialmente confirmada, mas segundo um sindicato do setor havia ao menos 45 pessoas desaparecidas, entre trabalhadores da mineradora samarco e moradores do local. A lama chegou a três metros de altura e se estendeu por oito quilômetros, cobrindo casas e arrastando carros e caminhões. A mineradora que pertence à Vale e à Australiana BHP Billiton, disse priorizar atendimento às vítimas e evitar danos ao meio ambiente, ainda sem impacto estimado. As causas do acidente estão sendo investigadas.</p> | <p>Morte, escândalo, relevância, incomum, instantaneidade.</p> | <p>Função informativa</p> |
| 07/11/15 | Sem sirene, alerta foi por telefone | <p>Rompimento de barragens deixa um morto, 13 desaparecidos e pelo menos 530 desabrigados. As barragens da Samarco que destruíram o distrito de Bento Rodrigues em Mariana, Minas, não tinham um sistema de alerta de risco. Na falta de sirenes, os moradores foram avisados por telefone do acidente. Oficialmente a avalanche deixou um morto. Treze pessoas estão desaparecidas e 530 desabrigadas. O Ministério Público investiga as causas da tragédia.</p> | <p>Morte, Polêmica, Relevância, Periodicidade</p> | <p>Função informativa, enquadramento crítico.</p> |

| | | | | |
|----------|---|---|---|-------------------------------------|
| 08/11/15 | Dois mortos e 28 desaparecidos na tragédia | Dois dias após a tragédia provocada pelo rompimento das barragens da mineradora Samarco em Mariana (MG), subiu para 28 o número de pessoas desaparecidas. São 13 funcionários da empresa e 15 moradores dos distritos de Bento Rodrigues e Camargos, informam as enviadas Dandara Tinoco e Mariana Sanches. O governo de Minas confirmou o segundo morto, um homem encontrado no leito do Rio Pomba, a 70 quilômetros do local do acidente. | Morte, Relevância, Power Elite, Periodicidade | Função informativa |
| 09/11/15 | Lama ameaça captação de água para 500 mil pessoas | Três dias depois de arrasar dois distritos de Mariana (MG), a lama que vazou das barragens da mineradora Samarco provocou ontem a suspensão do abastecimento de água de Governador Valadares, de 300 mil habitantes, a cerca de 300 quilômetros do local do acidente e o governador de Minas, Fernando Pimentel, disse que será muito difícil encontrar sobreviventes. A mineradora Samarco anunciou que também vai paralisar a produção de uma unidade em Anchieta, no Espírito Santo, ao fim dos estoques de minério. | Polêmica, Power Elite, Relevância, Serviço, Periodicidade | Função informativa, Função Política |

| | | | | |
|----------|--|---|---|---|
| 10/11/15 | Vida ao longo do Rio Doce é destruída | Além da morte de três pessoas e do desaparecimento de 24, a lama com rejeitos de mineração está matando peixes e outros animais no Rio Doce, num dos maiores desastres ambientais da história de Minas. A mineradora Samarco, dona das barragens que romperam em Mariana, foi proibida de atuar na região. | Escândalo, Polêmica, Crime, Morte, Periodicidade | Função informativa |
| 18/11/15 | Samarco admite risco em mais 2 barragens | A mineradora Samarco admitiu ontem o risco de rompimento das barragens de Santarém e Germano, próximas à do Fundão, que se rompeu no dia 5 passado, em Minas. A empresa informou que faz "ações emergenciais" para reduzir o risco. O Ibama estima que o mar de lama, que está destruindo o Rio Doce e deixando milhares de pessoas sem água, chegará ao mar, na costa do Espírito Santo, na sexta-feira. A presidente Dilma disse ontem que o trabalho de recuperação do Rio Doce o deixará "melhor do que estava antes". Em acidentes no exterior, multas muito maiores. Compensações por desastres como o vazamento de óleo no Golfo do México chegaram a US\$ 26 bi (R\$99 bi). Até agora, Samarco pagará 1,25 bi. Punição em parcelas. Oito anos após rompimento de barragem da mineradora Rio Pomba, a empresa teve a multa reduzida em 80% e dividida em 60 vezes. | Crime, Escândalo, Polêmica, Power Elite, Relevância | Função informativa, enquadramento crítico, Parcialidade, Investigação |

| | | | | |
|----------|--|--|--|--|
| 22/11/15 | Lama chega ao oceano e deixa mar de incertezas | Tomadas pela lama que vazou da barragem de Mariana, as águas do Rio Doce chegaram à sua foz, na tarde de ontem, invadiram o mar do Espírito Santo. "Desse jeito o Rio não dá água para beber, peixe, banho. Talvez não dê nunca mais." A frase do índio Anderson Krenak, 32 anos, que mora numa aldeia ribeirinha, resume o pensamento de quem depende do rio, conta Dandara Tinoco. | Escândalo, Polêmica, Relevância, Serviço, Proximidade Geográfica | Função informativa, Função Política |
| 27/11/15 | Burocracia impediu embargo de barragem | Quatro meses antes da tragédia em Mariana (MG), o Ibama ordenou o embargo da barragem de Fundão, após comprovar que a Samarco desmatará além do permitido, mas a burocracia impediu o embargo: faltou notificação à mineradora, informa Vinícius Sassine. O prazo para Samarco depositar R\$500 milhões por danos acabou ontem. | Crime, Escândalo, Polêmica, Power Elite, Relevância | Função Política, Parcialidade, Enquadramento Crítico |

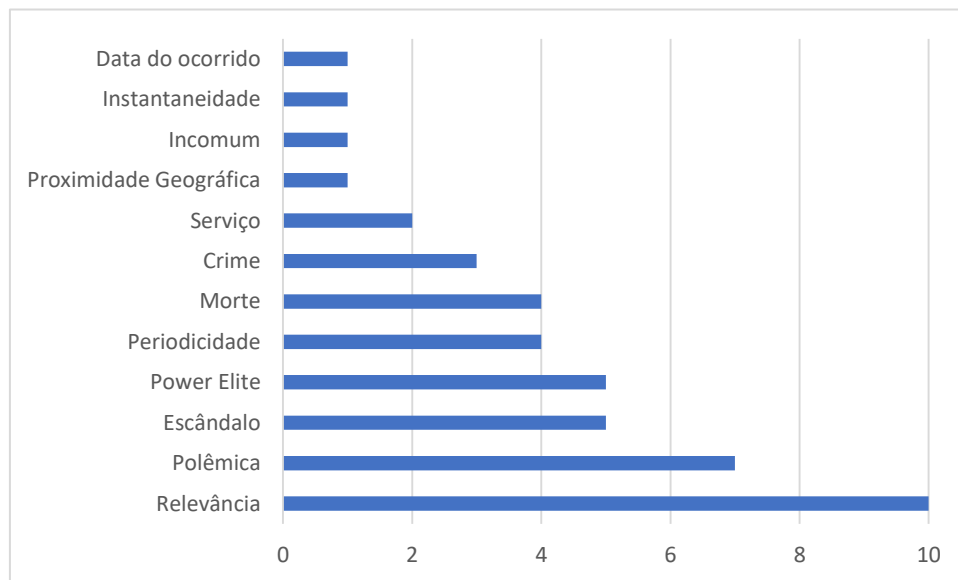
| | | | | |
|----------|--------------------------|--|--|--------------------|
| 29/11/15 | Uma Chernobyl de lama | Uma cidade fantasma onde o silêncio é cortado pelo assobio do vento e o rosnar de cães que insistem em guardar os restos de casas para donos que não voltarão. Devastada pela tsunami da lama de rejeitos de minério de ferro, Bento Rodrigues virou uma Chernobyl brasileira conta, Ana Lúcia Azevedo. | Relevância | Função informativa |
| 05/11/16 | Desastre ainda está vivo | Mariana tem hoje o maior cemitério de árvores do mundo. Um ano após o desastre de Mariana, a lama que vazou da barragem da Samarco engoliu as matas ciliares da bacia do Rio Doce, onde é possível caminhar sobre a copa de árvores, relata Ana Lúcia Azevedo. Para especialistas a recuperação da vegetação levará mais de uma década. A barragem ainda está vazando. | Polêmica, Crime, Power Elite, Relevância, Data do ocorrido | Função informativa |

Fonte: Elaborada pela autora (2020) com base nos modelos teóricos de Franciscato (2002) e Bueno (2007).

3.3.1 Frequência de critérios de noticiabilidade utilizados na cobertura da notícia do jornal O Globo – entre 06/11/2015 e 05/11/2016

No que tange os critérios de noticiabilidade, o gráfico abaixo foi elaborado com base no modelo teórico pensado por Franciscato (2003) (utilizado por Melo [2017]) e tem como objetivo levantar quais critérios o jornal O Globo utilizou mais na divulgação das suas notícias sobre o caso do desastre do Rio Doce, Mariana/MG.

Na figura 12, pontua-se como os critérios mais importantes: relevância, polêmica, *power elite* e escândalo – assuntos que, geralmente, estão vinculados aos cadernos de economia, política e polícia, até mesmo quando se trata de uma



questão ambiental.

Figura 12: Critérios de noticiabilidade no caso de Mariana/MG

Fonte: Elaborada pela autora.

Na análise, pode-se perceber que “relevância” é altamente presente no jornal, aparecendo em todas as 10 matérias. Já o critério “polêmica” consta em 7 capas do jornal. Segue-se ainda o critério “*power elite*” e “escândalo”, ambas com 5 capas. Aponta também que o veículo em questão manteve periodicidade em apenas 4 edições – enquanto a notícia era recente –, tendo, passados alguns dias, a abordagem entrado em declínio. O presente estudo, tendo como base o modelo de Franciscato (2003 apud Melo, 2017), que divide a noticiabilidade em cinco dimensões da experiência humana, corroborou a presença em destaque da

dimensão de noticiabilidade relacionada à “importância e interesse”, notadamente tendo destaque à relevância

3.3.2 Frequência de princípios do Jornalismo Ambiental seguidos pelo jornal O Globo – entre 06/11/2015 e 05/11/2016

Segundo a figura abaixo, trazemos uma comparação – baseada nos princípios do modelo teórico de Bueno (2007) – da atuação do jornal O Globo com os princípios do jornalismo ambiental.

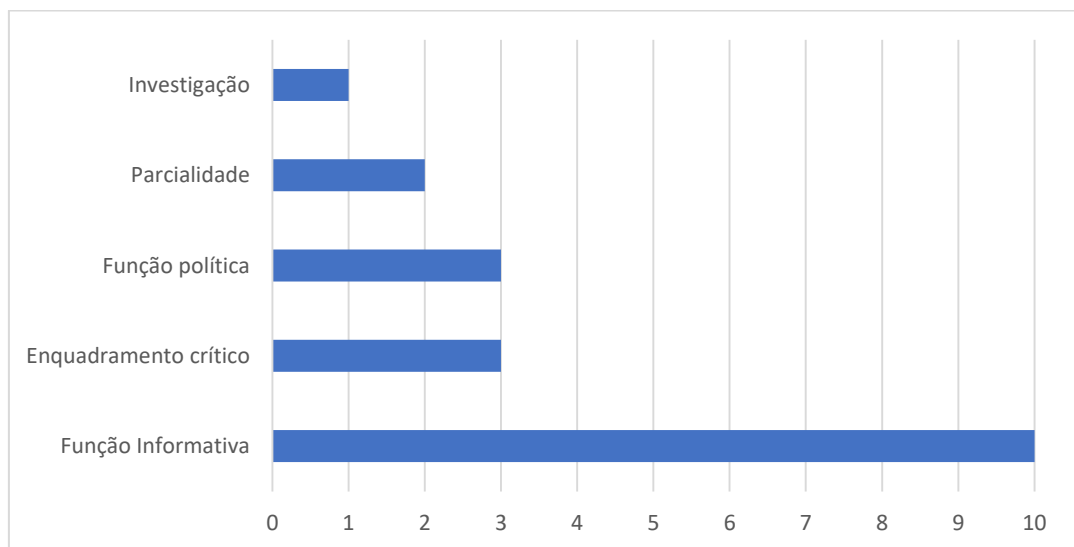


Figura 13: Princípios do jornalismo ambiental seguidos no caso de Mariana/MG
Fonte: Elaborada pela autora.

A figura 13 aponta que os jornais se mantêm meramente informativos, utilizando, em um segundo plano, de enquadramento crítico e função política, mas negligenciando a presença de fontes de especialistas que explanem e apresentem soluções, cobranças e investigações na busca de culpados, bem como se omitindo de uma de suas principais funções: a conscientização popular sobre as questões ambientais.

Na análise, constatou-se que a “função informativa” é a que mais ocorre, estando presente nas 10 capas. Com base na perspectiva de Bueno (2007), o jornal estaria prioritariamente buscando manter a população em dia com os temas ecológicos (função informativa) e, em menor significância, analisando e

interpretando o contexto social em que isso ocorre (enquadramento crítico) e mobilizando a população em relação aos problemas abordados (função política).

CONCLUSÃO

O jornalismo adquiriu centralidade nas diversas áreas do pensamento. Como articulador fundamental, vem sendo cada vez mais explorado e torna-se uma exigência conhecer sua estrutura, forma e discurso dentro da temática ambiental. Reconhecemos a importância dessa discussão para este campo de saber e evidenciamos a necessidade de uma atualização de esforços analíticos para a compreensão da especialização no contexto acadêmico e/ou na experiência da profissão jornalística baseada nos fatos relacionados ao meio ambiente.

A ampliação dos espaços para a discussão de temas ainda marginalizados pela grande imprensa – refere-se aqui ao meio ambiente, conforme sustenta Luft (2005) – determina que o jornalismo deve avançar em direção de novos métodos e técnicas para sobressair-se num mercado cada vez mais competitivo; um desafio a ser vencido conjuntamente pelas universidades e, principalmente, pelos próprios profissionais como sujeitos da narrativa jornalística e da comunidade em que estão inseridos.

Ainda além das dificuldades mercadológicas do jornalismo ambiental, há as questões políticas e comerciais que tornam a atividade ainda mais desafiadora. A base investigativa e questionadora desse jornalismo pode ser um entrave à economia destes polos ao ponto de ser criado o *marketing verde*. Esta particularidade do marketing tem como função vincular grandes marcas à imagem ecológica, mas nem sempre a propaganda condiz com a realidade daquela empresa, o que confunde ainda mais as questões ecológicas perante o público.

Existem campanhas pontuais de conscientização ecológica – em todos os canais de comunicação –, mas não há uma contínua preocupação com as questões verdes ou um posicionamento sobre os inúmeros problemas ambientais causados pelo homem: problemas relativos ao lixo, ao esgoto, à poluição das praias e reservas naturais, às queimadas, à educação dos cidadãos etc.

Os momentos críticos que se seguem a eventos extremos como o da ruptura das barragens de rejeitos, como o da Samarco em 2015, tendem, em geral, a

favorecer, nos instantes imediatos após o desastre, a ampliação do debate público sobre riscos ambientais.

Assim ocorreu quando as proporções deste desastre possibilitaram, inicialmente, a liberação de elementos de análise mais substantivos do que aqueles que são, de modo, em geral, superficial e condescendente, sugeridos pela grande mídia. Algumas vezes se fizeram ouvir, sustentando que não se tratou de um acidente, mas do resultado de decisões tomadas sob a égide de uma lógica econômica de curto prazo, com pouca consideração por suas implicações sociais e ecológicas (ACSELRAD, 2020).

Sendo o jornal O Globo um dos maiores veículos de comunicação do país, analisamos suas capas sobre a tragédia de Mariana/MG para entender como se deu a abordagem jornalística ambiental deste caso. Foi preciso compreender os critérios de noticiabilidade do jornalismo, o que é valor-notícia, os princípios do jornalismo ambiental, o cenário do jornalismo ambiental no Brasil, os critérios de noticiabilidade do jornal, seus valores intrínsecos e extrínsecos e um pouco de sua história para que se fizesse uma análise justa e a contento.

A partir destes dados e informações, selecionamos os critérios de noticiabilidade e os princípios do jornalismo ambiental e classificamos cada uma das matérias de capa de acordo com a interpretação do texto jornalístico. Com base no material levantado, observou-se que o jornal se mantém meramente informativo, utilizando, no máximo, e excepcionalmente, de enquadramento crítico e função política. Além disso, no que se refere aos critérios de noticiabilidade, apontou-se a “relevância” e a “polêmica” como as mais representadas nas capas e, desta forma, abrangendo acontecimentos que possuem consequências e afetam a vida da população e que geram discussão e controvérsia sobre questões políticas, econômicas, ambientais etc. O estudo, neste sentido, corroborou a análise feita por Melo (2017), que ressalta a “relevância” como o critério mais utilizado na produção de notícias do jornal.

A presente identificação e caracterização da atividade jornalística, especificamente no que tange à composição dos critérios de noticiabilidade do Jornal O Globo sobre a desastre do rio Doce, visou fornecer subsídios para a construção de políticas públicas democráticas e sustentáveis que assegurem a preservação da liberdade de expressão e da liberdade de informação. Os dados aqui levantados tiveram como instigação a busca pela atualização de estudos

outrora realizados, bem como serve de oportunidade para realização de outros esforços complementares de pesquisa.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ACSELRAD, Henri. **O papel das Universidades e dos movimentos sociais na prevenção de desastres com barragens e no respeito aos direitos humanos em áreas atingidas por grandes projetos de mineração no Brasil**, 2020, mimeo.

ANJ. **Associação Nacional de Jornais**. Disponível em: <https://www.anj.org.br/site/leis/o-globo-lidera-circulacao-dos-jornais-em-janeiro>. Acessado em jun.2020.

ARNT, Ricardo. **Imprensa discrimina o meio ambiente. Relatório do Laboratório Ambiental para Imprensa realizado no Vale do Ribeira/SP**. São Paulo: Fundação SOS Mata Atlântica, 1994, p. 73-80.

BACHETTA, Víctor L. **El periodismo ambiental**. In: **Ciudadanía planetária: temas y desafios para el periodismo ambiental**. Montevideu: IFEJ, 2000.

BEDER, Sharon. **Global Spin: the corporate assault on environmentalism**. Foxhole: Green Books, 1999.

BERGER, Peter; LUCKMANN, Thomas. **A construção social da realidade**. 12. ed. Petrópolis: Vozes, 1995.

BOND, Frank Frase. **Introdução ao jornalismo**. Rio de Janeiro: Agir, 1959.

BOURDIEU, Pierre. **Sobre televisão**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.

BOWKER ASSOCIATES. **Samarco Mine Disaster**. Disponível em: <https://lindsaynewlandbowker.wordpress.com/>. Acesso em: 11 Nov. 2020.

BUENO, Wilson da Costa. **Comunicação, jornalismo e meio ambiente: teoria e pesquisa**. São Paulo: Mojoara Editorial, 2007a.

BUENO, Wilson da Costa. **Jornalismo Ambiental: explorando além do conceito**. Ed.UFPR, 2007b.

CRUZ, Heloísa de Faria. **São Paulo em Papel e Tinta: periodismo e vida urbana – 1890-1915**. São Paulo: EDUC; FAPESP; Arquivo do Estado de São Paulo; Imprensa Oficial SP, 2000

FGV – Fundação Getúlio Vargas. **Faixa de renda familiar das classes**. Disponível em: <https://cps.fgv.br/qual-faixa-de-renda-familiar-das-classes>. Acesso em: 05 ago. 2020.

FRANCISCATO, Carlos Eduardo. **A atualidade no jornalismo: bases para sua delimitação teórica**. Tese 336, Salvador 2003. Disponível em: <http://poscom.tempsite.ws/wp-content/uploads/2011/05/Carlos-Eduardo-Franciscato.pdf>. Acessado em: 15 ago.2020

GALTUNG, Johan & RUGE, Mari Holmboe. **A estrutura do noticiário estrangeiro.** A apresentação da crise do Congo, Cuba e Chipre em quatro jornais estrangeiros. In: TRAQUINA, Nelson (Org.). *Jornalismo: questões, teorias e estórias*. Lisboa: Veja, 1999.

HARCUP, Tony; O'NEILL, Deirdre. **What is news? Galtung and Ruge revisited.** *Revista Journalism Studies*, dezembro, 2010.

JOHN, Liana. **Imprensa, meio ambiente e cidadania.** *Ciência & ambiente*, Santa Maria, n. 23, p. 87-94, jul./dez. 2001.

LAYRARGUES, Philippe Pomier. **A cortina de fumaça: o discurso empresarial verde e a ideologia da racionalidade econômica.** São Paulo: Annablume, 1998.

LIPPMANN, Walter. **Opinião pública.** São Paulo: Editora Vozes, 2002.

LUFT, Schirley. **Jornalismo, meio ambiente e Amazônia: os desmatamentos nos jornais O Liberal do Pará e A Crítica do Amazonas.** São Paulo: Annablume/Fapesp, 2005.

MARÃO, José Carlos; RIBEIRO, José Hamilton. **Realidade: a história e as melhores matérias da revista que marcou o jornalismo e influenciou as mudanças no país.** Santos: Realejo Edições, 2010.

MELO, Simone de Albuquerque. **O que é notícia nos jornais Extra e O Globo: Análise de como a linha editorial influencia nos critérios de noticiabilidade.** Universidade Federal da Bahia, 2017.

NELSON, Peter. **10 Dicas Práticas para Reportagem sobre o Meio ambiente.** WWF Brasil, 1994.

PONTE, Cristina. **Para entender as notícias: linhas de análise do discurso jornalístico.** Florianópolis: Insular, 2005.

MARQUES, Randáu. **O bom jornalismo é um instrumento de mudanças sociais.** *Revista Ecos*, Porto Alegre, n1, mai. 1994.

SANTINI DE ABREU, Miriam. **Quando a palavra sustenta a farsa: o discurso jornalístico do desenvolvimento sustentável.** Florianópolis: Editora da UFSC, 2006.

SHOEMAKER, Pamela; VOS, Tim. **Teoria do gatekeeping: construção e seleção da notícia.** Porto Alegre: Penso, 2011.

SILVA, Carlos Eduardo Lins da. **O Adiantado da Hora. A influência Americana sobre o Jornalismo Brasileiro.** São Paulo: Summus, 1991.

SILVA, Gislene. **Para pensar critérios de noticiabilidade.** *Estudos em jornalismo e Mídia*, 2005.

SODRÉ, Nelson Werneck. **História da Imprensa no Brasil.** 4. ed. Rio de Janeiro: Mauad, 1999.

SWALES, John. **Genre Analysis: English in Academic and Research Settings**. Cambridge: Cambridge University Press, 1990.

TERRA. **Portal de notícias Terra**. Disponível em: <https://www.terra.com.br/diversao/tv/blog-sala-de-tv/globo-lidera-na-tv-aberta-e-globonews-entre-canais-pagos,e852b7778ec5bfc54c171380dafafa6cx1yboyqh.html>
Acessado em abr.2020

TRAQUINA, Nelson. **O estudo do jornalismo no século XX**. São Leopoldo. RS: Ed. Unisinos, 2001.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo - Porque as notícias são como são**. 2. ed. Florianópolis: Insular, 2005.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo - A tribo jornalística: uma comunidade interpretativa transnacional**. 2. ed. Florianópolis: Insular, 2008.

TUCHMAN, Gaye. **A objetividade como ritual estratégico: uma análise das noções de objetividade dos jornalistas**. TRAQUINA, Nelson (Org). **Jornalismo: questões, teorias e estórias**. Lisboa: Vega, 1993.

UNGARETTI, Wladimir Netto. **Empresariado e ambientalismo: uma análise de conteúdo da Gazeta Mercantil**. São Paulo: Annablume, 1998.

VIZEU, Alfredo; CORREIA, João. **A construção do real no telejornalismo: do lugar de segurança ao lugar de referência**. In: VIZEU, A. **A sociedade do telejornalismo**. Petrópolis: Vozes, 2008.

WOLF, Mauro. **Teorias da Comunicação**. Lisboa: Editorial Presença, 2001.