

ANÁLISE COMPARATIVA DAS COBERTURAS DE SUAPE E GOIANA

Caio de Castro Mello Santos¹ ; Isaltina Maria de Azevedo Mello Gomes²

¹Estudante do Curso de Jornalismo – CAC - UFPE; E-mail: caio_castro@ymail.com ,

²Docente/pesquisador do Depto de Comunicação Social – CAC – UFPE. E-mail: isaltinagomes@gmail.com.

Sumário: Partimos do suposto que a cobertura jornalística de Goiana feita pelo Jornal do Commercio e pelo Diário de Pernambuco seria semelhante à de Suape: extremamente focada em aspectos econômicos e negligente com questões ambientais e de direitos humanos. Comprovamos nossas suspeitas por meio da análise crítica do discurso das matérias coletadas entre março de 2014 e março de 2015. Além do tratamento pobre dado aos temas ambientais, identificamos a criação de um perfil messiânico para Goiana, no qual a fábrica da Fiat seria a salvação para a balança comercial do Estado e uma evidente pressão para que o Arco Metropolitano (que liga Suape e Goiana) saia do papel.

Palavras-chave: análise do discurso; Goiana ; jornalismo ambiental

INTRODUÇÃO

O estado de Pernambuco se tornou, nos últimos dez anos, um dos mais expressivos centros de investimentos do Brasil. Com o desenvolvimento industrial proporcionado pela chegada de empresas à região do Complexo Portuário de Suape - que hoje possui, segundo sua assessoria de imprensa¹, mais de 100 empreendimentos em operação, responsáveis por mais de 25 mil empregos diretos - outros vetores de crescimento econômico foram sendo identificados pelo governo do estado. Atualmente, outras áreas que despontam como polos de investimento em Pernambuco, com destaque para Goiana, na Zona da Mata, que atraiu os polos automotivo (fábrica da Fiat e seus sistemistas) e farmacológico (Hemobrás). Inicialmente previsto para Suape, a transferência do polo automotivo para Goiana passou a ser vista com bons olhos por ser, na opinião do governo, um indicador da descentralização dos investimentos no estado².

Mas qual o papel do Jornalismo frente a tais empreendimentos? O mesmo do cotidiano: “satisfazer os aflitos e afligir os satisfeitos”, para citar um velho adágio da profissão. O jornalismo retira os acontecimentos do seu “habitat natural” e os recontextualiza no jornal. Neste ínterim, ele age como um “organizador do mundo” (HERNANDES, 2006), e o jornalista estabelece, burocraticamente, critérios para essa organização. No entanto, a escolha do que é notícia não é algo subjetivo, mas sim um processo composto por complexa rede que envolve todo o sistema de produção da imprensa. O jornalista ainda tem a função de hierarquizar essa notícia, divulgando-a em diferentes formas ou com diferentes destaques.

A divulgação diária dos fatos em forma de notícia ajuda os cidadãos a construir contextos e imagens no meio em que ela está inserida. Trata-se, desta forma, de uma necessidade social.

Essas discussões estão presentes na cobertura promovida pelo jornalismo ambiental. Um jornalismo que, segundo Bueno (2007), é entendido como um processo de captação, produção, edição e circulação de informações (conhecimentos, saberes, resultados de

¹ Disponível em <http://www.suape.pe.gov.br/institucional/institucional.php>. Acesso 12 mar 2014.

² Jornal do Commercio, dia 24 de abril de 2014, “O discurso casado de Câmara e FBC”. Editoria Política.

pesquisas, etc.) comprometidas com a temática ambiental e que se destinam a um público leigo, não especializado; e que é contemplado em várias mídias ou ambientes (jornais, revistas, rádio, televisão, sites, newsletters, etc.) e, caracterizando-se, também, pelos atributos da atualidade e periodicidade, comum ao jornalismo.

Para Gomes (2011), o interesse dos media pelo meio ambiente é oriundo das discussões mundiais sobre o tema. O Fórum Global da Rio 92, de 1992, inseriu a imprensa no processo de divulgação e educação acerca dos problemas da natureza; e a Lei 9.795/99 tornou obrigatória a educação ambiental. Considerando que a conservação da biodiversidade do País é um apelo apenas ambiental e econômico – ela gerou produtos que representam 31% das exportações brasileiras³, por exemplo – é importante detectar como os jornais, esses potenciais veículos educacionais, vão discutir temáticas relacionadas à sustentabilidade.

MATERIAIS E MÉTODOS

Iniciamos o trabalho com revisão da literatura, que incluiu bibliografia oriunda dos campos do Jornalismo, da Divulgação Científica, das Ciências Ambientais, das Ciências da Saúde e da Análise Crítica do Discurso. Paralelamente, realizamos a coleta do *corpus*, formado por textos de dois grandes jornais do Estado de Pernambuco (Jornal do Commercio e Diário de Pernambuco), correspondendo ao período entre março de 2014 e março de 2015. Inicialmente, nos propusemos a realizar uma cobertura que abarcasse três anos de corpus. Mas em virtude das dificuldades de coleta – o site do Diário de Pernambuco não conta com bom sistema de busca (descobrimos posteriormente como resolver o problema, mas o prazo estava curto demais para engendrar a coleta inicialmente proposta).

A busca foi feita de modo simples: por meio do mecanismo de busca dos sites dos periódicos, em cruzamento com a análise física dos mesmos. A palavra “Goiana” foi a única escolhida: partimos do pressuposto de que tratar os temas “meio ambiente” ou “direitos humanos” naquela região passaria, inevitavelmente pelo nome da cidade. Deixar de fora nomes como “Jeep”, “Fiat/Chrysler”, “Hemobrás”, “Vivix” e a expressões “polo automotivo” ou “sistemistas” foi uma forma de evitar inchar o corpus com notícias de teor puramente econômico.

Para a análise do corpus utilizamos a Análise Crítica do Discurso (ACD), mais especificamente a Teoria Social do Discurso, método proposto por Fairclough (2001) que reúne a análise do discurso orientada linguisticamente. Foi escolhida por ser um método que não se restringe a preocupações acadêmicas. Ela faz parte da modernidade reflexiva, em que economia e sociedade são a origem das questões da contemporaneidade. Uma análise com os critérios da ACD não investiga apenas a relação gramatical entre os termos. Na verdade, isso é completamente secundário. Mais importantes são as condições e contexto de produção, a posição social (ou pessoal, a depender do caso) de onde fala o interlocutor-enunciador, a presença e frequência de aspás, discurso indireto e recursos afins, por exemplo. O objeto guia o caminho da análise, que pode tomar um rumo mais estruturalista (gramatical) ou prezar por um rumo com teor mais sociológico.

RESULTADOS

Como esperado, a cobertura de Goiana em muito se assemelha à de Suape. Notamos, nas matérias do Jornal do Commercio e do Diário de Pernambuco, um tom salvacionista, que atribui à presença da fábrica da Fiat a salvação da balança comercial do Estado. O símbolo maior desse processo é o uso da palavra “Eldorado”, que faz referência a uma cidade de

³ Ver <http://www.mma.gov.br/biodiversidade/biodiversidade-brasileira>. Acesso 13 mar 2014.

ouro no meio da mata. Outro resultado é a detecção, por meio da análise de matérias, de um projeto do Jornal do Commercio em fazer pressão nas autoridades pela viabilização do Arco Metropolitano – rodovia que ligará Goiana à Suape e que está travada por falta de estudos de impacto ambiental apropriados. Paralelamente, a cobertura em se tratando de jornalismo ambiental é parca, e quando contempla os problemas ambientais que envolvem Goiana, o faz sem mencionar as questões referentes ao Arco Metropolitano.

DISCUSSÃO

A cobertura de Suape tem sido bastante focada em aspectos econômicos, enquanto os aspectos ambientais e humanos são relegados a espaços esporádicos nos jornais. Em pesquisas passadas, identificamos a existência de “uma fissura espessa que afasta o jornalismo praticado neste e o jornalismo conclamado a participar – e a convidar a população a tomar parte - das discussões” (SILVA, 2011, p.3), porque as reportagens deixam evidente a importância econômica do Porto de Suape, mas não aborda adequadamente as consequências socioambientais do processo, exceto em matérias esporádicas e sem muita expressividade.

O uso da palavra “Eldorado”, para caracterizar o processo de busca de empregos em Suape e Goiana, sintetiza o tratamento dado à imprensa a esses dois polos. Relacionamos o projeto editorial do Jornal do Commercio e do Diário de Pernambuco ao que fora realizado pelos escritores românticos no século XIX para enaltecer o Brasil por meio da ideia de mata virgem que guarda, em si, um futuro glorioso, de progresso – e fechando os olhos para as inconsistências, contrastes, pobreza do cotidiano das cidades daquela época (CANDIDO, 1989). Por aqui, vemos que o olhar só se direciona para as benesses econômicas, enquanto os problemas da cidade graças ao crescimento desenfreado são postos de lado.

CONCLUSÕES

Por estar na encruzilhada entre os campos político e econômico, o jornalismo é um campo de autonomia problemática. A falta de independência se deve ao fato de o campo em questão não depender das próprias pernas para andar. O Jornal do Commercio, por exemplo, é de propriedade do empresário João Carlos Paes Mendonça, dono do RioMar Shopping – erigido em cima de parte de um manguezal na zona sul do Recife. O JC, além de nada publicar a respeito, ainda veicula matérias sobre como o shopping é responsável pela revitalização da vegetação e outros projetos sociais⁴.

Além disso, os jornais impressos vivem uma crise econômica sem precedentes. Demissões em massa são noticiadas periodicamente. A mais impactante dos últimos tempos foi a ocorrida no início de setembro de 2015: 400 demitidos do grupo Globo de mídia⁵. Tendo isto em mente, julgar a falta de matérias que conscientizem leitores sobre meio ambiente e direitos humanos se torna mais difícil.

Um fator conhecido também responsável pela manipulação simbólica que os jornais engendram no público é a busca por ter poder sobre o objeto que se olha, por meio da afirmação de uma distância em relação a ele (Bourdieu, 2007), o que se traduz na procura pela busca da neutralidade. Desta forma, cria-se um ambiente onde o questionamento da agenda do jornal pelo público se torna mais difícil.

⁴ Para mais informações, ver < <http://m.jc.ne10.uol.com.br/canal/cidades/cienciamambiente/noticia/2015/06/03/pescadores-lutam-para-conservar-o-mangue-no-recife-184123.php>>. Acesso 08 set 2015.

⁵ Para mais informações, ver < <http://altamiroborges.blogspot.com.br/2015/09/os-ricacos-da-globo-e-os-400-demitidos.html>>. Acesso 08 set 2015.

A lógica da concorrência jornalística ainda favorece a falta de abordagens mais aprofundadas. Se um jornal publica certa matéria sobre investimentos em Goiana, o concorrente tem a obrigação moral de veicular conteúdo similar – o que faz com que esses *media* caiam no que Bourdieu (1997) chama de ‘circulação circular da informação’: os jornais dão a mesma coisa, há pouca ou nenhuma pluralidade de dados, de visões, de nada. Entendemos que esta lógica não se aplica a notícias sobre meio ambiente (se um publicar, o outro se sentirá na obrigação de fazer o mesmo) porque os interesses nessa discussão variam de acordo com o veículo e sempre passam pelas relações com os executivos estaduais ou municipais.

A única saída que vislumbramos neste momento é apelar ao senso de dever dos profissionais, para que busquem pequenas brechas em seu cotidiano. O uso de termos sutis que permitam uma interpretação diferente (a conhecida diferença entre “ocupar” e “invadir” um território). Entretanto, esta proposta esbarra na figura do editor, cargo de confiança que visa fazer o asseio ideológico das matérias, alinhando-as aos interesses da corporação. Ainda assim, acreditamos que tentar é uma ação necessária e um esforço diário para honrar a função social que tomamos para nós. O que se defende neste trabalho é o desenvolvimento, por meio do jornalismo ambiental e focado em direitos humanos, de um periodismo preventivo que passe a trabalhar com os problemas enquanto são previsões, pequenas questões, para evitar questões maiores.

AGRADECIMENTOS

Agradecemos ao CNPq e à Propesq UFPE pelos auxílios financeiro e de informação no curso da pesquisa. Este trabalho não seria possível sem o grupo de estudantes (graduação e pós-graduação) organizado pela professora Isaltina Gomes.

REFERÊNCIAS

- BOURDIEU, Pierre. 2007. **A distinção: crítica social do julgamento**. São Paulo: Zouk,
- BUENO, Wilson da Costa. **Jornalismo Ambiental: explorando além do conceito**. Revista Desenvolvimento e Meio Ambiente, n. 15, p. 33-44, jan./jun. 2007. Editora UFPR.
- CANDIDO, Antonio. 1989. **A educação pela noite e outros ensaios**. São Paulo: Editora Ática.
- FAIRCLOUGH, N. 2001. **Discurso e mudança social**. Brasília: Editora Universidade de Brasília.
- GOMES, Isaltina. 2011. **O Complexo de Suape na mídia pernambucana**. In: XXXIV Congresso de Ciências da Comunicação. Recife. Anais XXXIV Congresso de Ciências da Comunicação.
- HERNANDES, N. 2006. **A mídia e seus truques**. São Paulo: Contexto.
- SILVA, Eutalita Bezerra da. 2011. **O Jornalismo e os documentos da ECO-92: o caso Suape**. 65 f. Trabalho de Conclusão de Curso – UFPE, Recife