

## Práticas jornalísticas: noções de cidadania no noticiário potiguar

Maria das Graças Pinto Coelho

**Resumo:** O projeto Mídia-Alerta monitora o noticiário sobre políticas públicas em educação e meio ambiente na imprensa matutina e diária de Natal/RN. Privilegia a investigação dos processos de construção das noções de cidadania e as práticas midiáticas entrelaçadas nesse processo. Enfoca os discursos construídos pela mídia e as práticas sociais que vão inseri-los no cotidiano da sociedade. Mensura o poder de influência do jornalismo na construção do espaço público. Aponta para uma clara ausência de notícias equivalentes e plurais. Diz que as vozes contidas na análise textual são desproporcionais às noções mobilizadoras do trabalho jornalístico. Entrevista os estudantes alvos das políticas educacionais. Procura culturas e identidades juvenis e percebe que os jovens atores desconhecem o noticiário e mais ainda: não se vêem representados na mídia.

**Palavras-Chave:** Práticas Midiáticas; Resposta Social; Educação e Meio Ambiente.

### 1. Introdução

Esta estudo monitora do noticiário sobre políticas públicas em educação e meio ambiente nos dois principais meios de comunicação impressos locais (*Tribuna do Norte e Diário de Natal*), veiculados em Natal-RN, entre 2004 e 2006. As notícias foram selecionadas através de *clipping* diário, enfocando a análise de discurso midiático contido nos textos. Para tanto, é feito o levantamento dos elementos que vão da seleção dos assuntos que serão pautados, passando pela escolha das vozes presentes, chegando ao processo que envolve a edição e, conseqüentemente, a disposição dos subsídios que caracterizam os fatos, estágio decisivo para a qualidade da informação que chegará ao público.

O objetivo principal deste estudo é a observação dos meios de comunicação quanto à transmissão dos fatos que permeiam o cotidiano da população local no que se refere aos dois temas observados. O monitoramento propiciou um olhar enfocado acerca do modo

como a mídia impressa aborda tais fatos. Existe uma sinalização clara sobre a ausência de um noticiário equivalente e plural. Característica detectada através da desproporção das vozes contidas na análise textual, ou ainda quando são resgatados os elementos que respaldam os assuntos divulgados, relacionados às noções mobilizadoras do trabalho jornalístico.

O discurso midiático é quase sempre construído na interação entre três categorias de participantes (FAIRCLOUGH, 1995, p. 28), o que pode determinar um ponto de confluência na pesquisa que se apresenta. As três partes integrantes na construção são os produtores (repórteres, anunciantes, editores, entre outros emissores), receptores (ou cidadãos), e várias outras personagens, principalmente os representantes da esfera pública como: políticos, sindicatos, líderes religiosos, cientistas e outros especialistas representativos das esferas sociais organizadas que, dito de maneira simples, é a categoria que mais faz valer suas idéias na tessitura do discurso. Incluído nessa categoria também está a opinião do mercado e do capital.

Entender como relações são construídas na mídia, o papel do receptor e daqueles que dominam a economia, a política e a cultura, é quase sempre um importante passo para se entender as relações de poder e dominação na sociedade local. É, ainda, uma poderosa ferramenta de transformação social. Inverter o peso da construção do discurso em favor do cidadão comum parece ser também um fator de democratização. Seguramente, uma intervenção dessa natureza contribui radicalmente à construção da democracia social.

Então, o fundamento básico dessa análise é a investigação dos processos de construção de noções de cidadania e de formação de opinião pública. Os temas, educação e meio ambiente, centram-se no campo das análises, e põe em evidência o discurso midiático que provavelmente modela a ordem social e é modelado por ela. O discurso midiático também influencia as práticas discursivas da esfera privada. Existe uma complexa dialética entre o discurso midiático e as conversas que se estabelecem no cotidiano da sociedade. A mediação entre a construção do discurso público e o midiático é a chave de entendimento para se avaliar o poder de influência da mídia na construção do espaço público. O direcionamento desse poder tem sido usado para alargar a tensão entre duas forças

claramente contraditórias: objetivos privados e fontes públicas. No caso da escola pública, essa pesquisa demonstra o quanto é vital a compreensão do discurso midiático.

É por esta razão que a pesquisa do campo midiático deve ser construída muito além dos interesses paroquiais que rondam a sociedade local. Resgata-se em sua construção os procedimentos subjetivos dos processos de produção da informação e compreensão do texto jornalístico direcionado à cobertura da esfera social pública.

Ainda procuramos confrontar os dados coletados com as pesquisas sobre processos de compreensão midiática com as práticas sociais que estão sendo observadas, no caso a escola, através de um grupo de estudantes de nível médio de Natal que participa ativamente das atividades que envolvem mídia-educação em duas escolas públicas da cidade – Escola Estadual Augusto Severo e Escola Severino Bezerra. Dessa forma, buscamos entender mais sobre a atuação dos cidadãos envolvidos com os temas pesquisados.

Nos instrumentos submetidos para a análise levamos em consideração a importância das duas empresas para o contexto jornalístico do Estado como símbolos de prestígio e respeitabilidade na difusão de conteúdos noticiosos. A credibilidade de ambos os periódicos foi conquistada através de fatores históricos, políticos e econômicos, o que lhes afere capital simbólico respeitável para propagar e orientar opiniões.

Foram “clipadas” 812 matérias relacionadas às políticas públicas nas áreas de educação e meio Ambiente, as quais servirão de base pra mapear as relações entre as políticas sociais proposta na agenda governamental e a participação dos cidadãos que são alvos dessa política, através do levantamento sobre a intermediação midiática na referida participação. Nesse ponto, realizamos três grupos focais com alunos de nível médio das escolas públicas citadas nas matérias. Também ouvimos os ambientalistas que defendem a preservação do “Morro do Careca”, uma disputa criada entre eles e incorporadoras em torno da construção de espigões em uma área de proteção ambiental, ampliada na repercussão do noticiário local.

**2. Oficialismo das fontes: sociologia dos emissores e a abordagem que fortalece o unilateralismo.**

Orientando-se para o fato de que o tripé (jornalismo, publicidade e propaganda) toma uma nova configuração na contemporaneidade, torna-se trivial ver o discernimento do que é público e privado cair em meio ao vazio. O exemplo disso surge nas matérias estudadas na segunda fase da pesquisa do projeto Mídia-Alerta. Não foi raro encontrar uma desproporcionalidade exorbitante nas vozes que compõem o discurso jornalístico. Em termos estatísticos, medimos um percentual de 93 por cento de vozes enquadradas na categoria de interlocutores oficiais; representantes dos mercados e sociedade organizada, contra 07 por cento das vozes cidadãs, ou seja: ambientalistas, alunos e professores das escolas públicas.

É o oficialismo das fontes que predomina. A título de ilustração apresenta-se a matéria publicada no jornal Tribuna do Norte, do dia 17 de agosto de 2005, intitulada de “Grupo Italiano apresenta proposta”: as 76 linhas dadas à notícia são para expressar as idéias do poder público-institucional e/ou privado. As vozes presentes no texto são predominantemente de Bruno Fiorentino, italiano e Executivo da empresa Eco Business; de Leonel Leite, coordenador da Seplan (Secretaria do Estado do Planejamento e das Finanças); e de Aldo Medeiros Júnior, assessor técnico do Idema (Instituto de Desenvolvimento Econômico e Meio Ambiente). Vale salientar que não foi dado nenhum espaço às vozes da população, incluído nela os ambientalistas, alvo principal de tal política empreendedora.

O oficialismo explicitado é visto por WOLF (2003), como a necessidade que o jornalismo tem de ter um fluxo constante e seguro de notícias, a fim de conseguir confeccionar, sob as coações do tempo, os produtos noticiosos exigidos. Naturalmente isso privilegia os canais de coleta e as fontes que mais satisfazem essa exigência: as fontes oficiais e as agências de notícias.

Do ponto de vista da oportunidade e da conveniência do jornalista de servir-se de uma determinada fonte, a relação é centrada em alguns fatores correlacionados entre si e destinados, sobretudo, à eficiência, ou melhor, à necessidade de concluir um produto informativo dentro de um período fixo e intransponível, com meios limitados à disposição.

Esses fatores são: *a.* a oportunidade que se revelou anteriormente; *b.* a produtividade; *c.* a fidedignidade; *d.* a confiabilidade; *e.* a responsabilidade (GANS, 1979, apud WOLF, 2003, p. 236).

Dessa forma a imprensa local, mais especificamente a Tribuna do Norte e o Diário de Natal, nomeiam a falta de pluralidade nas abordagens sobre educação e meio ambiente. O maior espaço concedido às autoridades, sejam elas públicas, de mercado, sindicais etc., é demonstrado na apuração e, conseqüentemente, nas reportagens dos temas pautados à população, através de informações superficiais e unidirecionais. Contrariando assim dois princípios da comunicação jornalística: a captação de depoimentos provenientes de várias fontes que testemunharam o fato a ser publicado, e a existência do feedback para que o processo seja retroalimentado.

### **3. Dois tipos de educação e o agendamento do cotidiano**

O oficialismo das fontes faz do jornalismo um instrumento solidificador dos agentes e instituições situadas nas proximidades comerciais e/ou privadas. Assim, ele se torna mais propício a difundir o útil/comercial em detrimento ao conhecimento, ou a reflexão. Por outro lado, observamos que o noticiário sobre educação no Brasil, de maneira crescente, se constitui em braços de desenvolvimento das políticas públicas para o setor, o que extrapola a função social da comunicação. Em tal contexto, os meios e processos comunicacionais utilizam sofisticadíssimas técnicas de gerenciamento de opinião, promovendo suas naturezas performáticas, e interferindo no espaço público a partir de seus próprios paradigmas.

No caso, a educação entra em um script paralelo, modelada pela mídia. Os meios adiantam as reformas do Estado, inclusive no campo da educação, e pressionam para que os agentes públicos funcionem como se estivessem no mercado. O espaço público é modelado no ethos privado. É dentro desse modelo de pensamento que o ideal de escola/educação é transmitido. Preparam-se pessoas para o mercado. A inserção de novas tecnologias nos métodos de ensino pressupõe uma pedagogia erudita que reforça ainda mais a idealização do privado, do particular.

As notícias veiculadas sobre a “Escola Municipal Marize Paiva” no jornal “Tribuna do Norte” (26.08.2005), mais de um ano depois de um acidente em que o teto do prédio desabou em cima de várias crianças, causando um grande impacto no noticiário sobre educação, ainda rendia matérias bem articuladas para proteger os construtores e o poder público. Elas demonstravam que a crítica e a vigilância dos meios só existem pra propagar os “maus valores” e as “más estruturas” da escola pública. Estigmatizadas, com o selo de escolas pobres para pobres. Sendo assim, o ideal do que é ser professor, do que é escola, equipamentos, entre outras representações, é disseminado e legitimado nos moldes das escolas ricas e privadas.

Dessa maneira, tencionam-se as conseqüências da Agenda Setting, quando Mc (COMBS e SHAW, 2000, p.321) afirmam que “a mídia diz aos leitores o que eles devem pensar”. Tudo que é publicado e da maneira como é publicado acaba por modificar e até determinar a percepção e a ação dos agentes envolvidos no processo educacional.

A Agenda Setting torna-se uma das formas possíveis da mídia incidir no tecido social e, dependendo da disposição da veiculação das notícias, determinar, agendar os assuntos a serem discutidos pelo público. Vale salientar, entretanto, que essa influência também é relativa. Tem de se considerar também a recepção, que é seletiva e própria de cada indivíduo. A resposta social é fruto dos processos sócio-culturais, embora tais processos sejam gerenciados por estes mesmos agentes. Assim se considerando, cria-se um círculo vicioso: no momento em que a mídia influencia a agenda e acaba criando uma realidade, esta realidade recria a mídia e o que vai ser publicado por ela. Só que agora o receptor, que é agendado, também condiciona essa agenda, desde o instante do contato inicial com o meio até a resposta social na manifestação do que foi recebido.

Podemos, então, citar o caso da ocupação e construção de imóveis na praia de Ponta Negra – Natal/ RN, onde existe um movimento ambientalista que luta pela preservação. As construções em avançados estágios foram criticadas pelos ambientalistas e as críticas repercutidas pela imprensa (setembro de 2006), levou o debate para à esfera pública. Fato que fez a população entrar na discussão, e o Prefeito de Natal, junto com os empresários do setor, tratarem do tema com mais responsabilidade e precaução.

Antes da visibilidade do processo, construtores e o poder público agiam sem se preocupar com o meio ambiente e a mídia ridicularizava ambientalistas e os representantes do Ministério Público que denunciavam a destruição ambiental para fazer valer as leis do mercado imobiliário. No entanto, com a exposição repetitiva dos fatos o jogo mudou. Novas abordagens foram surgindo durante o percurso das reuniões, discussões e ações sobre Ponta Negra foram redirecionadas. Ações políticas que, conseqüentemente, viraram notícias.

Cabe registrar também uma outra faceta dessa idéia: o não agendamento. Em alguns casos, a mídia se cala e não provoca a fala, mas sim o silêncio sobre determinados assuntos. Os temas estudados pelo Mídia-Alerta acabam também sendo vítimas do “espiral de silêncio”, explicitada por (CLÓVIS FILHO, 1993).

Essa teoria parte de uma idéia central: os agentes sociais tendem a evitar o isolamento. Associam-se, assim, às opiniões dominantes. Quando esta associação não é viável por representar um custo social muito elevado, aqueles que sustentam um ponto de vista minoritário, teriam maior tendência a calar-se sobre o tema em pauta (CLÓVIS FILHO, idem, p. 6-7).

É aqui em que a progressividade do entrelaçamento entre a minoritariedade da opinião e a tendência ao silêncio se torna cada vez mais transparente e, conseqüentemente, também direciona a agenda midiática para os grupos econômicos interessados em produzir o seu próprio sentido sobre a realidade dos fatos.

#### **4. A resposta social dos envolvidos**

E como os agentes sociais envolvidos no noticiário se vêem na mídia pesquisada? Os três grupos focais compostos por diferentes públicos de duas escolas natalenses de nível médio, com idades que variavam de 15 a 24 anos, que foram usados como metodologia de avaliação qualitativa, para aferir o modo como os jovens estudantes compreendiam a mídia, têm várias respostas crítico-interpretativas e de retorno para o sistema de interação social que se desenha a partir e com os jornais locais e sua inserção na escola.

Para a seleção dos participantes, foram levadas em consideração a heterogeneidade etária e a homogeneidade no que diz respeito à categoria de estudantes. Não foi possível identificar leitores dos dois jornais alvos da pesquisa, daí optarmos pela representação da mídia como um todo – rádio, internet e televisão. A coordenadora-moderadora do grupo propôs temas para serem debatidos - cidadania; mídia; cultura; educação e futuro - e, à medida que as dúvidas iam sendo manifestadas, a coordenadora procurava saná-las. Depois desse primeiro momento, o grupo passou à fase seguinte - ou tema central -, que seria a da decisão sobre qual o impacto que mídia causa na vida daquelas pessoas.

O primeiro grupo constituído, o das mulheres, revelou dois interessantes paradigmas. O primeiro, diz respeito ao desinteresse pela apropriação do conhecimento disposto na mídia, em contradição com as palavras-chave que escolheram para descreverem a importância dos meios no cotidiano: inteligência e informação. O segundo ressalta a percepção de que as mulheres somente têm acesso a mídia para reproduzirem padrões de comportamento já cristalizados nas relações sociais, acompanhando telenovelas e programas de entretenimento – que tratam de intrigas, romances e relações familiares. Outro dado interessante é a percepção de que as atividades religiosas têm muita importância para o grupo, quando cerca de 50% descreveram o acesso aos programas religiosos como prioritário na hora de ligar a televisão ou o rádio.

O segundo grupo, composto de jovens estudantes, com idades que variavam de 15 aos 18 anos, decidiu sobre a importância da mídia em suas vidas como sendo o motor de “(...) mais conhecimento e onde a imaginação flui”, mas eles se referiam a internet. São usuários contumazes de *lans houses*, o que centraliza a discussão para o fato de que as novas tecnologias ampliam o conhecimento das sociedades e dos homens. Tais jovens, afirmam que a internet “... abriu uma comunicação diferente para todos”. Descrevem suas incursões na rede como divididas entre a pesquisa educacional e os sites de relacionamento pessoal. Repartem bem suas horas entre o fervor pelo Orkut e as sessões de MSN Messenger e o site do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatísticas – IBGE para fazer relatórios da escola. O grupo acessa com frequência, porque, segundo eles, as aulas sempre pedem dados oficiais. Para eles, mídia é internet.

O terceiro e último grupo, composto de adultos, estudantes e trabalhadores, que frequenta uma escola supletiva noturna, manifestou-se de uma maneira peculiar sobre a importância da mídia em suas vidas: "... a mídia exclui". O debate promovido pelos adultos explicita as interações midiáticas. Traz para o centro da discussão uma forma diferente de intervenção política. Todos usavam como principal fonte de informação e entretenimento o rádio. Acreditam que o rádio serve para mobilização social e política. Gostam principalmente de escutar músicas e não costumam acessar jornal ou televisão porque os dois meios apenas excluem quem vive na periferia das cidades. Disseram que somente se enxergam na mídia no noticiário sobre violência. Alguns frequentam telecentros de inclusão digital e lans houses, principalmente para a apropriação do conhecimento da língua portuguesa. Cerca de 80% dos adultos afirmaram que antes de saberem usar o computador não gostavam de ler e que agora dão maior valor à leitura.

Nesse contexto, o grupo dos adultos ensina que ler o mundo pela chave das conexões midiáticas não elimina as distâncias geradas pelas diferenças e desigualdades, mas cria novas possibilidades de articulação que permitem outras respostas sociais. É que apesar dos pesares, a multiplicação de interações e conteúdos permite uma fusão nada desprezível para a inclusão social. São respostas diferenciadas e heterogêneas, inclusive as que, às vezes, contrariam, reelaboram ou rebatem certas visões e intenções difundidas pelos meios de comunicação, porque não há um modelo único de apropriação social dos meios, que se imponha, mecanicamente, aos estudantes.

A crítica contra a escassez deliberada de um noticiário que interesse aos jovens de uma certa camada social é a mais recorrente. Todos se queixam de não poderem se ver no noticiário a não ser em situações de violência cotidiana. Eles não se reconhecem no noticiário sobre educação e também não percebem que as políticas públicas da área são direcionadas principalmente para eles. O modelo pesquisado dá uma dimensão ímpar para a compreensão dos processos midiáticos ao articular fontes legitimadoras de transformação social: educação, mídia e cidadania. Todas as entrevistas realizadas com os estudantes demonstraram um alto grau de envolvimento e participação e as críticas foram principalmente direcionadas para a escassez de diversidade nas vozes que compõem o

discurso midiático. O dado mais contundente na resposta social é o completo desinteresse dos jovens pela imprensa escrita. Eles alegam que em momento algum vêem a cultura e identidades juvenis representadas nesse meio de informação..

## **5. As relações de poder a serviço da fragmentação**

Podemos afirmar que a retórica neoliberal surgida no contexto da globalização fortalece algumas das relações assimétricas que se cultivam a partir da abrangência dos meios na contemporaneidade. (GOLDING, 2000), observa como a criação e a apropriação do significado é moldada em todos os seus níveis pelas estruturas sociais assimétricas. Estas relações assimétricas incluem tudo, desde como a notícia é estruturada pelas relações preexistentes entre os proprietários da mídia, editores, jornalistas e fontes, até a maneira como se vê a televisão é afetada pela organização da vida doméstica e as relações de poder familiares.

A mídia existe como expressão de nossa cultura, e nossa cultura funciona principalmente por intermédio das formas simbólicas expandidas pela mídia. Levando em consideração que a educação e qualquer outro fenômeno social necessitam da rubrica da comunicação pra ser de fato compreendido, e visto que a contemporaneidade vive imersa numa cultura midiática, podemos afirmar, sim, que existem assimetria e desarticulação nos processos de significação e organização das bases intelecto-material da sociedade.

A cultura veiculada pela mídia fornece o material que cria as identidades pelas quais os indivíduos se inserem nas sociedades tecnocapitalistas contemporânea, produzindo uma nova forma de cultura global. E essa nova forma de cultura é ao mesmo tempo midiática e industrial. Trata-se de uma organização com base no modelo de produção de massa que é produzido para a massa. É, portanto, uma cultura comercial, e seus produtos são mercadorias que tentam atrair o lucro privado produzido por empresas gigantescas que estão interessadas na acumulação de capital. Essa premissa está contida em toda a análise dos jornais enfocados e os dois temas aqui apresentados – educação e meio ambiente – dão conta de convalidar a retórica neoliberal que faz sentido nos meios.

Concomitante a isso, as instituições públicas que desenvolvem políticas sociais são freqüentemente taxadas de ineficazes. Há uma barreira entre cidadãos e a agenda social do governo, e esta é em parte gerada pela desarticulação também presente entre a informação midiática e o exercício da cidadania. As vozes encontradas na análise não representam estudantes, professores ou ambientalistas.

A incompatibilidade abrangendo a agenda social pública, mídia e cidadania pode, de fato, produzir conseqüências desastrosas para o tecido social. Paralelamente a isso, parece existir uma deliberada desconexão entre jornalistas e os acontecimentos sobre os quais eles escrevem. É necessário, pois, que algumas das sentenças culturais sejam repensadas no lugar onde elas estão operando: o campo midiático.

Mesmo impondo a opinião dominante, a mídia não pode tomar um ponto de vista sobre determinados temas e defendê-lo sem qualquer consideração às vozes opostas. Entretanto, o trabalho do profissional da comunicação sofre as mais variadas coações como já foi dito anteriormente. Fatores como o tempo, público, economia e política são tão, ou mais determinantes do que qualquer outra restrição do ofício, na formação da opinião dominante a ser publicada.

É então que se estabelecem as relações entre os poderes constituídos, com a clara intenção de produzir sentido para manter relações assimétricas:

Uma questão central da economia política dos meios é a investigação de como as mudanças nas várias forças que exercem controle sobre a produção e distribuição dos bens culturais limitam ou liberam a esfera pública. Na prática, isso foca a atenção em duas questões-chaves. A primeira é o padrão de propriedade dessas instituições e as conseqüências desse padrão para o controle das suas atividades. O segundo é a natureza da relação entre a regulamentação do Estado e as instituições de comunicação (GOLDING, 2000, p. 117).

Jornalistas e políticos, principalmente, compõem o campo de poder, ainda que nesse campo haja a necessidade de existência de conflitos internos e cumplicidades. Porém, o Estado não é somente um regulador das instituições comunicacionais. O próprio Estado é um comunicador de enorme poder. Como esse poder é exercido é de grande interesse para a economia política da cultura, e, conseqüentemente para a educação. O estado pode e deve

ter os seus canais de comunicação para promover seus próprios pontos de vista sobre o desenvolvimento de políticas e para assegurar que as iniciativas legislativas sejam corretamente entendidas e apoiadas.

Na análise, no conjunto total de matérias publicadas, foi verificado que determinados assuntos são repetidos e têm maior destaque do que outros. Reflete a predominância de alguns setores da sociedade que têm acesso privilegiado aos meios de comunicação, tendo, conseqüentemente, mais condições de manifestarem seus interesses através da imprensa, e assim, influírem na formação de opinião. As avaliações quantitativas do conjunto de matérias que, diretamente abordam essas temáticas, revelam que o interesse político-partidário tem sido prioritário sobre a notícia que chega ao público. Nesse grupo, destacam-se com mais freqüência as matérias a respeito de verbas para projetos, reivindicações sindicais, infra-estrutura oferecida, o que demonstra principalmente o jogo dos interesses econômicos envolvidos nos temas.

Além disso, as matérias analisadas são sempre alocadas em áreas diversas. Por exemplo, as matérias de educação, que não pertencem a uma editoria própria, estão sempre dispostas em áreas não privilegiadas, como os cantos das páginas; são pequenas em relação às outras publicadas na mesma página e não tem uma editoria específica. Isso faz com que a atenção do leitor não tenha um direcionamento adequado para o assunto, tampouco um entendimento a cerca do contexto em que se inserem os fatos mencionados.

Como desdobramento dessa ocorrência surge uma outra: a falta de continuidade nos assuntos destacados. Não é perceptível, de acordo com as análises, o desenrolar dos acontecimentos, o que torna o noticiário um ordenador de fatos esporádicos que não permitem o entendimento da realidade como um todo. Em campanhas de matrículas no início do ano letivo, só é noticiado o dia do evento, depois não é feita uma seqüência de dias informando sobre o assunto. Como não há um espaço definido para esses temas, eles também não recebem qualquer tratamento especial em relação aos outros conteúdos e, conseqüentemente, não são contemplados durante o processo de diagramação, quando são dispostos os conteúdos no jornal. Com isso matérias dessa natureza podem surgir como reportagens, notícias, notas e em qualquer editoria, seja ela concernente ao caderno de

Cidades, Esportes, Política ou mesmo no próprio editorial. Meio ambiente, então, ora aparecia como nota da coluna “TN nas ruas”, noticiando buracos de ruas, lixo ou alagamentos, ora como matéria de capa denunciando construções civis em praias do estado.

Isso reforça ainda mais a percepção fragmentada do leitor, a qual segundo (FINDHALHÖIJER, citado por WOLF, 2003), faz o jornalismo permanecer num nível superficial e fora de contexto:

O que, em geral, é transmitido ao público é a localização dos acontecimentos, os indivíduos envolvidos com eles, e detalhes como nomes geográficos, das personagens públicas, de indústrias etc. Com frequência, esses elementos ocupam automaticamente o primeiro lugar na memórias dos destinatários, enquanto as causas e as conseqüências dos eventos permanecem em segundo plano. O resultado global é uma lembrança fragmentária, em que os indivíduos conservam detalhes isolados, mas não o contexto. (idem, p. 199).

Isso resulta na também fragmentação da imagem da própria sociedade sobre si mesma, uma vez que a justaposição dos acontecimentos-notícias transmite uma sensação de auto-suficiência para a alienação dos fatos, ou seja: os significados são criados a partir de construções simbólicas que não refletem agentes sociais, cidadãos e sujeitos.

## **5. Conclusão**

A avaliação quantitativa da produção e veiculação de informações sobre as questões relativas à educação e meio ambiente nos jornais pesquisados revelou que os assuntos ligados a essas questões receberam uma cobertura fragmentada e isolada por parte dos dois veículos impressos.

Os problemas postos por essa pesquisa, ao longo da descrição das estratégias apresentadas pelos jornais, atualizam a vocação do noticiário em anunciar acontecimentos, como resultado de um conjunto de práticas sociais, muitas delas fora do âmbito das mídias, que progressivamente vão se constituindo em práticas correntes no campo midiático. São essas práticas que legitimam as diferentes formas de visibilidades dadas aos temas aqui destacados.

Isso não rouba o papel que outros campos institucionais têm na construção dos discursos midiáticos. O que merece ser destacado é que, diante dessas relações, os mídias se convertem nos principais protagonistas, são eles que lidam de forma estratégica com a comunicabilidade sobre as questões públicas. A pesquisa teve a oportunidade de verificar que o número de notícias sobre educação e meio ambiente foi considerável, em grande parte devido a dois aspectos fundamentais do jornalismo: “o jornalismo orienta-se para eventos e para fontes de informações, em particular fontes oficiais”, TRAQUINA (p. 167, 2001).

A forma de atuação dos jornais potiguares tem repercussão no processo de formação de opinião a respeito do meio ambiente e da educação, restringindo o seu espectro, e, conseqüentemente, inibindo a conscientização dos direitos dos cidadãos e das responsabilidades do poder público e dos agentes da sociedade civil do Rio Grande do Norte em relação a esses temas. A atividade jornalística torna-se ilegítima quando entra em descompasso com o repertório de valores que a justifica e a protege. A imprensa jamais será "livre" em sentido absoluto porque ela não existe, intocável, acima das instituições democráticas. É apenas uma delas, inserida permanentemente num sistema de contrapartidas éticas e legais cujo equilíbrio determina a harmonia do próprio Estado de Direito. Ademais, o processo que envolve a produção da notícia pressupõe critérios subjetivos (ideológicos) e responde às necessidades materiais de qualquer negócio lucrativo. A tese de que a mídia pode ser independente de paixões e ingerências, alimenta uma utopia perigosa, a tal falácia original que envenena o cotidiano da profissão. O mito da imparcialidade total serve apenas a ocupação do espaço social por grupos hegemônicos que disseminam idéias próprias sobre o convívio social, que muitas vezes são absolutamente enganosas porque beneficiam apenas eles mesmos.

Através dos grupos focais pudemos entender que a imprensa local tenta se fantasiar de povo, mas ela não o representa nem o incorpora, já que a maioria absoluta dos entrevistados a ignora, solenemente. A idéia de que os interesses de empresas privadas são, por associação, os da sociedade civil embute um engodo autoritário. Quem define o interesse público é o público, não um punhado de especialistas que se julgam infalíveis. O

tão aclamado direito à informação resume-se, na prática, ao direito de selecionar parcelas da realidade e veicular as abordagens mais convenientes a determinadas circunstâncias.

Opinião sem contraditório reduz-se a retórica panfletária. Talvez por não saber como lidar com a diversidade tão requisitada pelos jovens estudantes, a mídia esteja em uma rara encruzilhada. As análises que reciclam e difundem os equívocos da cobertura jornalística apontam para a mídia como instrumento de alienação. Hoje, auscultamos uma campanha para reconstruir o prestígio dos veículos, que se sentem encurralados pela crescente leitura crítica dos meios. A produção de sentido que circula na contramão da grande imprensa é feita exatamente pelos jovens que usam veículos alternativos, principalmente a internet, para obterem informações de qualidade. A imprensa hegemônica busca inimigos que expiem suas frustrações. Enfurecida, desnuda-se ainda mais...

#### **Referências:**

- BARROS FILHO, Clóvis de. Agenda Setting e Recepção. In: **Cadernos da Abecom**. São Paulo, SP: Associação Brasileira de Escolas de Comunicação, 1993.
- CASTELLS, Manuel. **Critical Education in the New Age**. Laham (UK): Md. Rowman & Littlefield, 1999.
- FAIRCLOUGH, Norman. **Media Discourse**. Great Britain: Oxford Press, 1995.
- MC COMBS, Maxwell, SHAW, Donald L. The Agenda Setting Function of Mass Media. In: **News: a reader**. Great Britain: Oxford Press, 2000.
- GOLDING, Peter; MURDOCK, Graham. Culture, communications and political economy. In: **News: a reader**. Great Britain: Oxford Press, 2000. p.154-155. Texto traduzido pela profª Drª Maria das Graças Pinto Coelho, da Universidade Federal do Rio Grande do Norte, 2004.
- Ronsini, Mayora V. Veneza **Mercadores de Sentido: consumo de mídia e Identidades Juvenis**. Porto Alegre, Ed.Sulina, 2007
- TRAQUINA, Nelson. **O estudo do jornalismo no século XX**. São Leopoldo, RS: Unisinos, 2003.
- THOMPSON. John. B. **A Mídia e a Modernidade – Uma Teoria Social da Mídia**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2002.
- WOLF, Mauro. **Teorias das Comunicações de Massas**. São Paulo, SP: Martins Fontes, 2003.