

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DO RIO GRANDE DO SUL  
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

TATIANA CRISTINA FELDENS

ESTUDO SOBRE AS CHARGES: O MEIO AMBIENTE RETRATADO  
PELO DESENHO NA IMPRENSA GAÚCHA

Porto Alegre

2007

**TATIANA CRISTINA FELDENS**

**ESTUDO SOBRE AS CHARGES: O MEIO AMBIENTE RETRATADO  
PELO DESENHO NA IMPRENSA GAÚCHA**

Trabalho de Conclusão de Curso  
apresentado à Faculdade de  
Comunicação Social da Pontifícia  
Universidade Católica do Rio Grande do  
Sul, como exigência parcial para obtenção  
de grau de Bacharel em Comunicação  
Social, habilitação em Jornalismo.

Orientador: Prof. Celso Augusto Schroder

Porto Alegre

2007

**TATIANA CRISTINA FELDENS**

**ESTUDO SOBRE AS CHARGES: O MEIO AMBIENTE RETRATADO  
PELO DESENHO NA IMPRENSA GAÚCHA**

Trabalho de Conclusão de Curso  
apresentado à Faculdade de  
Comunicação Social da Pontifícia  
Universidade Católica do Rio Grande do  
Sul, como exigência parcial para obtenção  
de grau de Bacharel em Comunicação  
Social, habilitação em Jornalismo.

Banca Examinadora

---

Orientador: Prof. Celso Augusto Schroder

---

Professora Examinadora Dr<sup>a</sup>. Beatriz Dornelles

---

Professor Examinador Me. Vitor Necchi

Aprovado em \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_

## **DEDICATÓRIA**

Aos meus colegas de trabalho da TV Câmara e do Ambiente Já que, ao longo deste semestre, compartilharam motivação e aprendizado, dedico-lhes essa conquista como minha imensa gratidão.

## **AGRADECIMENTO**

Agradeço, especialmente, ao meu orientador, Schroder, pela atenção, palavras de estímulo e confiança que sempre depositou no meu projeto de pesquisa.

Agradeço a meus professores que compartilharam comigo seus conhecimentos e experiências. Alguns deles, particularmente, por suas prestimosas colaborações nesse trabalho.

Agradeço especialmente a minha mãe e minha irmã, Silvia e Cristiana, fontes de amor, pela dedicação e carinho que me ofereceram durante toda a minha vida.

Minha gratidão aos amigos e, principalmente ao meu namorado, Rafael, que souberam ter muita paciência nessa etapa final e estenderam a mão quando mais precisei.

## RESUMO

Este trabalho apresenta uma análise sobre como o humor aplicado ao jornalismo trata a temática ambiental nas charges publicadas por Lotti e Santiago nos jornais Zero Hora e Jornal do Comércio. O percurso teórico e a análise dos textos de humor selecionados procuram dar uma resposta a três constatações iniciais: o fato de a charge – espaço nobre de opinião do jornal – ser mais um meio de conhecimento com vistas à popularização da informação ecológica; proporcionar uma abordagem fragmentada da temática ambiental; sofrer influência constante de eventos externos na seleção das notícias que serão noticiadas. Para isso é feito um estudo sobre teorias e hipóteses comunicacionais na tentativa de entender como os meios de comunicação contribuem para a progressão, ou não, das informações. Posteriormente, busca-se no campo do humor, especialmente nos conceitos de Freud, a compreensão para a satisfação social do cômico, assim como nos preceitos do jornalismo ambiental a necessidade de se praticar um trabalho social engajado na disseminação dos conceitos sustentáveis.

Palavras-chave:

charge – meio ambiente – humor – gêneros

## **ABSTRACT**

This work presents an analysis about how the humor applied to Journalism handles the environmental theme in cartoons published by Iotti and Santiago in the newspaper Zero Hora and Jornal do Comércio. The theoretical path and the analysis of selected humorous texts intend to answer three initial assertions: the fact that the cartoon - prime space of opinion in a newspaper - is one more mean of knowledge to democratic popularization of ecological information; to present a fragmented approach of its theme; to suffer constant influence from external events in the news selection that will be broadcasted. Therefore a study about theories and hypotheses to understand how the mass media contribute to progression of the information. Later, at humorous area, especially in the concepts of Freud, in order to understand the social satisfaction of the readers, as well as the concepts of environmental journalism the necessity to practice a social work in the dissemination of sustainable concepts.

Key Words:

cartoon – environment – humor – textual gender

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura A – Triângulo Equilátero .....	23
Figura B – Triângulo Isósceles .....	24
Figura C – Triângulo Isósceles .....	24
Figura 1 – Exemplo de Cartum .....	54
Figura 2 – Exemplo de Charge .....	55
Figura 3 – Exemplo de Caricatura .....	55
Figura 4 – Exemplo de Charge sem texto .....	58
Figura 5 – Primeira edição do jornal O Pasquim .....	70
Figura 6 – Charge N° 01 .....	107
Figura 7 – Charge N° 02 .....	110
Figura 8 – Charge N° 03 .....	112
Figura 9 – Charge N° 04 .....	113
Figura 10 – Charge N° 05 .....	119
Figura 11 – Charge N° 06 .....	120
Figura 12 – Charge N° 07 .....	121
Figura 13 – Charge N° 08 .....	122
Figura 14 – Charge N° 09 .....	124
Figura 15 - Charge N° 10 .....	124
Figura 16 - Charge N° 11 .....	127
Figura 17 - Charge N° 12 .....	129
Figura 18 - Charge N° 13 .....	130
Figura 19 - Charge N° 14 .....	132
Figura 20 - Charge N° 15 .....	134
Figura 21 - Charge N° 16 .....	136
Figura 22 - Charge N° 17 .....	137
Figura 23 - Charge N° 18 .....	161
Figura 24 - Charge N° 19 .....	161
Figura 25 - Charge N° 20 .....	162
Figura 26 - Charge N° 21 .....	162
Figura 27 - Charge N° 22 .....	163



## LISTA DE TABELAS

Tabela 1: Explicitação das categorias .....	104
Tabela 2: Freqüência temática monoculturas .....	106
Tabela 3: Freqüência temática rio Sinos .....	118
Tabela 4: Freqüência temática data comemorativa .....	129

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO</b>	<b>11</b>
<b>2 PRESSUPOSTOS TEÓRICOS</b>	<b>16</b>
<b>2.1 JORNALISMO, CONHECIMENTO E INFORMAÇÃO</b>	<b>16</b>
2.1.1 A relação singular, particular e universal	20
2.1.2 A pirâmide invertida	22
<b>2.2 FILTROS MUDIÁTICOS</b>	<b>25</b>
2.2.1 Gatekeeper	26
2.2.2 Agendamento	30
2.2.3 Espiral do Silêncio	32
<b>3 JORNALISMO OPINATIVO</b>	<b>34</b>
<b>3.1 CATEGORIAS JORNALÍSTICAS</b>	<b>35</b>
3.1.1 Características determinantes	39
3.1.2 Temporalidade, Angulação e Autoria	41
<b>3.2 A OPINIÃO DO JORNALISTA</b>	<b>42</b>
3.2.1 Editorial	43
3.2.2 Artigo e crônica	44
3.2.3 Comentário e coluna	46
3.2.4 Resenha e carta	48
3.2.5 A opinião ilustrada	49
3.2.5.1 Fotógrafos	50
3.2.5.2 Chargistas	51
<b>4 CHARGE - CARICATURA - CARTUM</b>	<b>53</b>
<b>4.1 A CHARGE E SEU CARÁTER VISUAL E VERBAL</b>	<b>57</b>
<b>4.2 O CÔMICO: PRESSUPOSTOS TEÓRICOS</b>	<b>59</b>
4.2.1 Freud - Humor na psicanálise	60
4.2.2 Bérqson - A significação do riso	64
<b>4.3 A CHARGE NO BRASIL, TEMPOS MODERNOS</b>	<b>68</b>
<b>4.4 A CHARGE NO RIO GRANDE DO SUL: UM CASO A PARTE</b>	<b>71</b>
4.4.1 Manoel de Araújo Porto Alegre	72
4.4.2 Santiago	74
4.4.3 Iotti	75
<b>5 REVOLUÇÃO: COMUNICAR O MEIO AMBIENTE</b>	<b>77</b>
<b>5.1 BREVE HISTÓRICO DO JORNALISMO AMBIENTAL</b>	<b>79</b>
<b>5.2 JORNALISMO AMBIENTAL: UMA FERRAMENTA INTERDISCIPLINAR</b>	<b>83</b>
<b>5.3 O MEIO AMBIENTE COMO NOTÍCIA NA IMPRENSA GAÚCHA</b>	<b>86</b>
5.3.1 Monocultivo de espécies exóticas	89
5.3.1.1 Insegurança para o meio ambiente e para a sociedade	92
5.3.2 Poluição Rio dos Sinos	95
<b>6 ANÁLISE DE CONTEÚDO</b>	<b>99</b>
<b>6.1 OBJETIVOS DA ANÁLISE DE CONTEÚDO</b>	<b>101</b>
6.1.1 Procedimentos de codificação e categorização	103
6.1.2 A organização da pesquisa	104
<b>6.2 ANÁLISE DAS CHARGES - MONOCULTIVO DE ESPÉCIES EXÓTICAS</b>	<b>105</b>

6.2.1 Charge Nº 1 .....	107
6.2.2 Charge Nº 2 .....	110
6.2.3 Charge Nº 3 .....	112
6.2.4 Charge Nº 4 .....	113
<b>6.3 ANÁLISE DAS CHARGES - RIO DOS SINOS .....</b>	<b>117</b>
6.3.1 Charge Nº 5 .....	119
6.3.2 Charge Nº 6 .....	120
6.3.3 Charge Nº 7 .....	121
6.3.4 Charge Nº 8 .....	122
6.3.5 Charge Nº 9 e Nº 10 .....	123
<b>6.4 ANÁLISE DAS CHARGES - DATA COMEMORATIVA .....</b>	<b>128</b>
6.4.1 Charge Nº 12 .....	129
6.4.2 Charge Nº 13 .....	130
6.4.3 Charge Nº 14 .....	132
6.4.4 Charge Nº 15 .....	134
6.4.5 Charge Nº 16 .....	136
6.4.6 Charge Nº 17 .....	137
<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS .....</b>	<b>141</b>
<b>REFERÊNCIAS .....</b>	<b>146</b>

## 1 INTRODUÇÃO

A degradação dos recursos naturais do planeta tornou-se evidente nas últimas décadas. Desmatamentos, erosão do solo, poluição atmosférica e hídrica, aumento da temperatura, dentre muitos outros problemas, são notícias constantes atualmente no mundo inteiro. Variadas classes sociais da sociedade – como ambientalistas, jornalistas, empresários, cidadãos, etc. – têm reconhecido como um problema sério o passivo ambiental provocado pelo homem ao ambiente na sua ânsia pelo desenvolvimento e lucro. Até os governos já admitem a relevância do assunto, de modo que são cada vez mais numerosos os setores públicos que cuidam de temas ambientais. Também são muitos os campos profissionais que podem auxiliar na busca por melhorias na relação do homem com o meio ambiente, mas poucos deles parecem ser tão importantes quanto as atividades que dizem respeito à mídia e aos meios de comunicação. É por isso que, através de investigações e informações relevantes, o jornalismo (produtor de conhecimento) – seja ele impresso, audiovisual ou ilustrativo, como a charge, objeto de estudo deste trabalho – pode contribuir para a formação de uma cultura mais sustentável. Como sugere Berna (2007), sem a democratização da informação ecológica dificilmente haverá pleno desenvolvimento da cidadania ambiental, prejudicando o diálogo e o estabelecimento de parcerias entre os diferentes setores da sociedade envolvidos com a questão ecológica.

A charge, além de transmitir informações de forma rápida e sucinta, com criatividade e uma imprescindível dose de humor, “revela uma leitura crítica do mundo atual e se adequa aos leitores de hoje que, cada vez mais, passam a ler a imagem associada à palavra (GHILARDI, 1995/1996). Os jornais e as revistas do mundo inteiro dão às mais diversas formas de desenho espaço nobre, muitas vezes na primeira página dos diários, porque charges se tornam verdadeiros editoriais, comentários sociais que, “velados pela ironia ou explicitamente opinativos pela sátira e pelo sarcasmo, mostram com simples figuras o que não poderia ser dito com menos de mil palavras” (FONSECA, 1999, p. 13).

Nesse viés, o presente trabalho busca mais do que conclusões, problematizar questões a respeito da democratização da informação ambiental através da charge jornalística. A pesquisa objetiva, de forma geral, fazer uma

reflexão sobre como o humor aplicado ao jornalismo trata o meio ambiente em desenhos publicados pelos jornais de massa no Rio Grande do Sul, além de verificar até que ponto a charge jornalística pode ser considerada com potencial de contribuição para a democratização da informação ambiental no Estado. Para isso, optamos por considerar três temáticas: monocultivo de espécies exóticas (separamos as charges decorrentes de março de 2006), poluição no rio dos Sinos (outubro de 2006) e data comemorativa (junho de 2007). Nossas hipóteses buscam mostrar que a informação retratada pela charge ainda é muito superficial, pois não proporciona conteúdo educativo, além de apresentarem uma abordagem fragmentada no tratamento das questões ecológicas.

Afastando-se do propósito de relevância para a área, há as razões pessoais da autora que a movem na direção do tema apontado. Além de afinidade e alto grau de interesse para com o assunto ambiental, considera-se importante, para um futuro jornalista, saber informar e difundir conhecimentos com vistas a educar o leitor sobre a temática ambiental. Cabe à charge, neste sentido, ser mais um espaço em nossos periódicos de informação e disseminação dos conceitos sustentáveis. Desta forma, o estudo pretende contribuir com a reflexão sobre a necessidade de praticar um jornalismo ilustrativo mais aprofundado, incorporando ao seu fazer a visão sistêmica, visto que, embora o espaço oferecido às notícias relacionadas ao tema esteja aumentando, o enfoque, muitas vezes, é distorcido ou muito superficial, não esclarecendo sobre as reais implicações e a necessidade de preservação da natureza.

O aporte teórico a ser empregado neste estudo está calcado em dois grandes campos: o da conceituação de jornalismo ambiental dentro de uma visão sistêmica do ambiente, que busque a formação, educação e conscientização dos cidadãos sobre a importância dos conceitos ambientais – aprendidos por esta autora ao longo destes últimos dois anos, período em que está à frente de um dos veículos de informação ambiental do Estado, a Agência de Informação Ambiental AmbienteJá, bem como o da teoria do jornalismo de Adelmo Genro Filho (1989), complementado pela obra de Eduardo Meditsch (1992). Para Genro Filho (1989, p. 209), a elaboração da notícia (ou opinião) envolve um processo de abstração feito pelos jornalistas envolvidos em suas diversas etapas. Esse movimento envolve uma rede de relações pressupostas e outras reveladas. Nem sempre se tem consciência das relações que as notícias produzidas sob os mesmos processos têm entre elas.

Nosso trabalho procura demonstrar uma relação ideológica pressuposta, oculta, mas que deixa marcas no conjunto da produção das charges sobre a cobertura ambiental de Iotti e Santiago.

Basicamente, as fontes utilizadas ao longo deste estudo sobre a charge estão centradas em duas grandes obras: *Caricatura: a Imagem Gráfica do humor*, de Joaquim da Fonseca, publicado em 1999, e *História da Caricatura no Brasil*, de Herman Lima, publicada nos anos 60. Ambas de contribuição para o registro e a conceituação da charge em seus aspectos de linguagem, forma de expressão e história. Autores como Elmar Bones e Geraldo Hasse, em *Pioneiros da Ecologia* (2002) e Sérgio Villas Boas (2004), em *Formação & Informação Ambiental: Jornalismo para leigos e iniciados* sustentam as discussões sobre meio ambiente. Outros teóricos como Adelmo Genro Filho (1989) e Meditsch (1992) nos ajudarão a construir o debate sobre jornalismo como produtor de conhecimento. José Marques de Melo nos auxiliará a compreender o gênero jornalístico opinativo e autores como Freud e Bérghson centralizarão as abordagens sobre o humor social no jornalismo. Por fim, mas não menos importante, Laurence Bardin (1977) – quem nos guiará na análise de conteúdo das charges selecionadas para este estudo.

É importante ressaltar que este é um estudo que se constrói sobre outros estudos, para mergulhar mais profundamente nos processos de compreensão do texto de humor. Assim, o presente trabalho tem, na base dos seus procedimentos metodológicos, a pesquisa bibliográfica – utilizada para compreender os acontecimentos e as contribuições científicas sobre o assunto: tal técnica tem como objetivo recolher, selecionar, analisar e interpretar os estudos teóricos já existentes sobre o tema abordado, conduzindo a pesquisadora à construção de suas próprias críticas – e a análise de conteúdo – para que possamos compreender como o meio ambiente é tratado pelo desenho de humor e se existe, de fato, democratização e popularização do conteúdo ambiental da charge.

Em um primeiro momento, ainda na fase de elaboração dos pressupostos da pesquisa, se fez uma pré-análise, baseada em leituras e pesquisas sobre o tema, organizando o material com o propósito de se definir o procedimento do trabalho a ser adotado. Com isso foi possível decidir os aspectos a serem tratados, identificando as principais orientações teóricas a guiar a autora durante o projeto de pesquisa.

Seguindo a opção metodológica, foi considerado pertinente distribuir o trabalho em seis capítulos.

Pressupostos teóricos, objeto da Seção 2, foi dividido em 2 subseções, a saber: jornalismo, conhecimento e informação e Filtros Midiáticos. A primeira objetiva inferir se o jornalismo tem condições de produzir conhecimento. Acreditamos que mais do que meio de comunicação, o jornalismo (ambiental) passa a ser considerado um meio de conhecimento, uma importante e diferente via de acesso à realidade com atribuições sociais à sua função de reprodutor do conhecimento com vistas à conscientização, educação e transmissão de informações de interesse difuso com linguagem acessível à população. Além disso, segundo Genro Filho, o que é singular num determinado acontecimento é notícia e, portanto, merece destaque e espaço no jornal. É isso que procuramos analisar na segunda subseção: como as informações, singulares ou não, são selecionadas pelos profissionais da mídia? Refletimos sobre isso com a ajuda de três hipóteses comunicacionais: *gatekeeper*, agendamento e espiral do silêncio.

No capítulo seguinte nos debruçamos sobre o jornalismo opinativo, sua história e perspectiva atual. José Marques de Melo (1994) acredita que o relato jornalístico assumiu duas modalidades na imprensa nacional: a descrição e a versão dos fatos. Por isso, defende a idéia de que o jornalismo se articula hoje em função de dois núcleos de interesse: a informação (saber o que passa) e a opinião (saber o que se pensa sobre o que se passa). Trazemos ao conhecimento do leitor neste capítulo uma breve explicação sobre cada gênero opinativo apontado pelo autor.

A seção 4 aborda especificamente o objeto de estudo deste trabalho: a charge jornalística. Antes de iniciarmos a abordagem peculiar sobre a charge, fazemos uma distinção entre charge, cartum e caricatura. Essa preocupação em diferenciá-los se faz oportuna dada a utilização que se observa de um termo por outro, indiscriminadamente. Feita a diferenciação entre as três terminações, reservamos à charge considerações mais minuciosas. O cômico, objeto da subseção 4.2, recorda algumas teorias sobre o humor fazendo uma breve análise. Coloca também a contribuição de teóricos – Freud e Bérghson – sobre a questão. Nas subseções seguintes recuperamos a história da charge no Brasil e no Rio Grande do Sul e trazemos ao conhecimento de todos considerações sobre Santiago e Iotti, chargistas analisados por este trabalho.

A seção 5 – Revolução: comunicar o meio ambiente – mostra que as questões ambientais começam, agora, a se popularizar entre os segmentos da sociedade que nunca tinham tido acesso ao tema, graças à mídia. Os meios de comunicação têm uma grande e ainda crescente importância na disseminação dos problemas ambientais. Mas, procuramos mostrar que diante da crise ecológica, a imprensa também precisa assumir a responsabilidade de educar e transformar. Para tanto, traçamos um breve histórico do jornalismo ambiental no Brasil e no mundo para então desenvolvermos, na subseção 2, a necessidade de interdisciplinaridade desta temática. Compreende-se que o jornalista ambiental é quem fará a ligação de temas geralmente abordados por outras editorias com a questão ecológica e aprofundará, de forma educativa e não técnica-científica, o que for pautado sobre a esfera ambiental. Tendo em vista que os jornais influenciam a humanidade na discussão sobre temas ambientais com vistas à remodelação dos exemplos desenvolvidos e da degradação do ambiente, procuramos mostrar a acentuada função educativa que este meio deve e precisa exercer sobre a sociedade. Na subseção 5.3 abordamos o meio ambiente como notícia na imprensa gaúcha. Constatamos que a questão ecológica está na pauta de assuntos diário, no entanto, ela geralmente recebe uma abordagem exótica e fragmentada da realidade. Por fim, trazemos ao conhecimento do público informações referentes a dois eventos que serão analisados no capítulo seguinte: o monocultivo de espécies exóticas no Estado e o desastre que acometeu o rio dos Sinos no ano passado.

A última seção analisa as charges, partindo do contexto sociopolítico e histórico em que elas estão inseridas, visto que uma das características fundamentais para a busca da sua significação é o fato de elas serem datadas.

E, como toda pesquisa, esta termina com as Considerações Finais e as Referências, esta última em um número significativo, num garimpo feito não só pela sua autora, como também pelo seu orientador.



## 2 PRESSUPOSTOS TEÓRICOS

O presente capítulo apresenta grande parte do referencial teórico sobre o qual se assenta a análise dos dados desta monografia. Adota-se como um dos ambientes teóricos, a teoria do jornalismo de Adelmo Genro Filho (1989) – construída sobre a metodologia dialética marxista. A exposição inicial versa sobre a concepção geral da teoria, com auxílio da obra complementar de Meditsch (1992 e 1997). Procura-se mostrar o jornalismo como produção de conhecimento, além de explicitar sua função social – importante e diferente via de acesso à realidade com vistas à conscientização, educação e transmissão de informações de interesse difuso em linguagem acessível à população.

Servimos-nos, também, dos trabalhos de Barros Filho (1995), Wolf (2005) e Guareschi & Biz (2005) na intenção de explicitar os possíveis filtros midiáticos que os meios comunicacionais impõem à sociedade ao selecionar ou abortar uma notícia. Cabe aqui indagar quais os critérios utilizados pelos profissionais da imprensa para escolher o que de fato deve ou não virar notícia.

### 2.1 JORNALISMO, CONHECIMENTO E INFORMAÇÃO

A notícia como forma de conhecimento pode ter seu estudo iniciado na conceituação do ex-jornalista e sociólogo do conhecimento Robert Park (apud GENRO FILHO, 1987, p. 55), que publicou um artigo sobre o tema em 1940. A partir da perspectiva filosófica de William James<sup>1</sup>, Park começa a definir o jornalismo a partir do que ele tem de diferente. Do ponto de vista conceitual, no que se refere à fundamentação teórica para a prática de um jornalismo responsável, o autor é funcionalista ao pretender o jornalismo como fenômeno isolado, atribuindo ao mesmo a mera atuação como mediador de conhecimento para orientação e inclusão do indivíduo nos moldes da sociedade capitalista.

---

<sup>1</sup> William James (1842 -1910) foi um filósofo e psicólogo norte-americano, principal representante da corrente denominada “pragmatismo”.

Conforme Park (apud GENRO FILHO, 1987, p. 56), a notícia como forma de conhecimento não cuida essencialmente nem do passado nem do futuro, mas do presente. Por considerar “um mero lampejo a anunciar um acontecimento que ocorreu”, a notícia integra o que o autor chama de “conhecimento de”, o conhecimento simplório do que ocorre com as pessoas, fruto do cotidiano e das experiências vividas pelo indivíduo, oposto ao “conhecimento sobre”, sistemático e analítico, conforme o que é produzido pela ciência. Sob essa classificação, a notícia, produção jornalística, seria conhecimento de trato, por não representar conhecimento sistemático nem revelação da ordem histórica, mas ser apenas uma alusão a um acontecimento. Dentre suas características, faria parte da essência da notícia como conhecimento a limitação ao presente dos fatos, eliminando passado e futuro. Assim, a notícia realizaria para o público as mesmas funções que a percepção imediata realiza para os indivíduos.

Segundo Nilson Lage (apud MEDITISCH, 1992), o jornalismo descende da mais antiga e singela forma de conhecimento – só que, agora, projetada em escala industrial, organizada em sistema, utilizando aparato tecnológico<sup>2</sup>.

Para Adelmo Genro Filho, pesquisador brasileiro que se debruçou sobre a tarefa de explicar essa diferenciação, o jornalismo como gênero de conhecimento difere da percepção individual pela sua forma de produção: nele a imediaticidade do real é um ponto de chegada, e não de partida.

O jornalismo não produz um tipo de conhecimento, tal como a ciência, que dissolve a feição singular do mundo em categorias lógicas universais, mas precisamente reconstitui a singularidade, simbolicamente, tendo consciência que ela mesma se dissolve no tempo (1987. p. 65).

De sua perspectiva, o jornalismo pode ser considerado uma forma de conhecimento, pois trata-se de um processo que envolve mediações objetivas complexas, implica uma divisão do trabalho e – por conseqüência – um fazer e um saber específicos. Portanto, a notícia jornalística tem um processo e um objetivo diferente daqueles determinados pela ciência, ou seja, ela não revela mal nem revela menos: simplesmente revela diferente.

---

<sup>2</sup> As notícias jornalísticas eram, até a Revolução Industrial, relatos de acontecimentos importantes – para o comércio, os meios políticos, as manufaturas. Muito rapidamente, com a conquista do grande público, passaram a ser artigos de consumo, sujeitos a acabamento padronizado, embalados conforme as técnicas de *marketing* (LAGE, 2001, p. 49).

Genro Filho (1987, p.146) atribui ao processo de industrialização e urbanização dos países o surgimento da necessidade social de informação do tipo jornalístico na sociedade capitalista, mais propriamente por conta da globalização das relações sociais, pela qual “os indivíduos de todos os recantos se tornam indivíduos inseridos numa única Humanidade”. O desenvolvimento do capitalismo acelerou as conseqüências dos fatos nas vidas dos indivíduos; nessa sociedade, ler jornais significa capacitar-se para a cidadania.

Ao discordar do marxista Vladimir Hudec, o autor sintetiza sua inconformidade em relação a essa visão. Para ele, limitam o jornalismo a “um epifenômeno da ideologia ou do conhecimento científico”, ignorando seu caráter de “modo de conhecimento dotado de certa autonomia epistemológica e, em virtude disso, um aspecto da apropriação simbólica da realidade, o que implica alguma margem de abertura para a significação que ele vai produzindo” (GENRO FILHO, 1987, p. 62).

Além da maneira distinta de produzir conhecimento, o jornalismo também tem uma forma diferenciada de reproduzi-lo, vinculada à função de comunicação que lhe é inerente, como sugere Eduardo Meditsch (1992, p. 4): o jornalismo informativo não apenas reproduz o conhecimento que ele próprio produz, reproduz também o conhecimento produzido por outras instituições sociais. Segundo o autor (Ibid, p.10), o jornalismo trabalha num sentido oposto ao da ciência.

O jornalismo encontra uma das suas principais justificações sociais ao conseguir manter a comunicabilidade entre o físico, o advogado, o operário e o filósofo. Enquanto a ciência evolui reescrevendo o conhecimento do senso comum em linguagens formais e esotéricas.

Como se vê, o jornalismo como forma de conhecimento é capaz de revelar aspectos da realidade que escapam à metodologia das ciências. Falta-lhe, no entanto, segundo Lage (1993, p. 22-3) capacidade de explicar por si mesmo a realidade que se propõe a revelar.

O universo das notícias é o das aparências do mundo; o noticiário não permite o conhecimento essencial das coisas, objeto do estudo científico, da prática teórica, a não ser por eventuais aplicações a fatos concretos. Por trás das notícias corre uma trama infinita de relações dialéticas e percursos subjetivos que elas, por definição, não abarcam.

Outra crítica que comumente se faz ao jornalismo é a de que ele não seria tão capaz de revelar o novo como a ciência.

Partindo de premissas retiradas necessariamente do censo comum, a argumentação da notícia parte do que o auditório já sabia, ou era suposto saber. 'Se o avião caiu é claro que existia o avião e que o avião pertence à categoria das coisas capazes de cair' (apud LAGE, 1979:41). Em virtude disso, a novidade contida numa notícia é limitada. [...] a forma com que chega a esta novidade também é diferente daquela utilizada pela ciência. (Id. Ibid).

Ou seja, enquanto a ciência procura estabelecer as leis que regem as relações entre eles, o jornalismo, como modo de conhecimento, tem a sua força na revelação do fato mesmo, em sua singularidade, incluindo os aspectos forçosamente desprezados pelo modo de conhecimento das diversas ciências.

Utilizando a conceituação de Genro Filho, é possível perceber que a notícia, a partir de sua singularidade, produz uma informação nova, dotada de imediatismo e capacidade de ampla reprodução.

O critério jornalístico de uma informação está indissoluvelmente ligada à reprodução de um evento pelo ângulo de sua singularidade. Mas o conteúdo da informação vai estar associado (contraditoriamente) à particularidade e universalidade que nele se propõem, ou melhor, que são delineadas ou insinuadas pela subjetividade do jornalista. O singular, então, é a forma do jornalismo, a estrutura interna através da qual se cristaliza a significação trazida pelo particular e o universal que foram *superados*. O particular e o universal são *negados* em sua preponderância ou autonomia e mantidos como o horizonte do conteúdo (1987, p. 163).

A cristalização no singular, como refere Genro Filho, nos remete à possível explicação de como o jornalismo consegue produzir informação nova com uma economia de meios em relação aos outros modos de conhecimento.

Como o novo aparece sempre como singularidade, e esta sempre como o aspecto novo do fenômeno, a tensão para captar o singular abre sempre uma perspectiva *crítica* [grifo do autor] em relação ao processo. [...] No processo constante de transformação da realidade, o novo aparece sempre sob a forma do singular, como fenômeno isolado, como exceção. Por isso, o singular é a forma originária do novo (1987, p. 212).

É tarefa árdua investigar até onde o jornalismo se aproxima ou se afasta do que é definido como ciência. Partindo do pressuposto de que praticar o jornalismo não é o mesmo que fazer ciência é possível entendê-lo em sua forma diferenciada de produção de conhecimento. Mais do que meio de comunicação (ou simples

instrumento para transmitir conhecimentos produzidos por outrem), o jornalismo passa a ser considerado um meio de conhecimento, uma importante e diferente via de acesso à realidade com atribuições sociais à sua função de produtor e reproduzidor de conhecimento com vistas à conscientização, educação e transmissão de informações de interesse difuso em linguagem acessível à população.

É na possibilidade do jornalismo se impor como mediador entre a atualidade do mundo e os indivíduos, por meio do seu caráter dinâmico, singular e universal, sem pretensão de produzir conhecimento tal como a ciência, mas com a intenção de relacionar este conhecimento com a realidade, que se vê uma função social da profissão.

Mas, como bem lembra Meditisch (1992 , p. 12), não se pode deixar de considerar que esse conhecimento produzido pelo jornalismo tem os seus próprios limites lógicos e, quando observado na prática, apresenta também problemas estruturais. “Como toda outra forma de conhecimento, aquela que é produzida pelo jornalismo será sempre condicionada histórica e culturalmente por seu contexto e subjetivamente por aqueles que participam desta produção”.

### **2.1.1 A RELAÇÃO SINGULAR, PARTICULAR E UNIVERSAL**

Na tentativa de diferenciar o jornalismo da ciência na produção de conhecimento – de buscar a sua especificidade – Genro Filho (1989) propõe uma discussão: busca no campo da Filosofia, especialmente em Hegel, três categorias para usar na construção de um novo conceito de jornalismo: as categorias do *singular*, *particular* e do *universal*.

Os conceitos de singular, particular e universal expressam dimensões reais da objetividade e, por isso, representam conexões lógicas fundamentais do pensamento, capazes de dar conta, igualmente, de modalidades históricas do conhecimento segundo as mediações que estabelecem entre si e as suas formas predominantes de cristalização (1987, p. 160).

Conforme análise do autor é a especificação crescente do objeto e a especialização do saber que fornece a imagem falseada de que existe ou tende a existir um conhecimento científico cristalizado no singular. “Por mais específico que

seja o objeto e por mais especializado que seja o saber, o conhecimento científico aspira sempre ao universal” (GENRO FILHO, 1987, p. 160).

Já a informação que circula entre os indivíduos na comunicação cotidiana apresenta, normalmente, uma cristalização que oscila entre a singularidade e a particularidade. “A singularidade se manifesta na atmosfera cultural de uma imediatividade compartilhada, uma experiência vivida de modo mais ou menos direto” (GENRO FILHO, 1987, p. 160).

Para demonstrar que nos fatos jornalísticos coexistem essas três dimensões da realidade articuladas no contexto de uma determinada lógica, Genro Filho (1987, p. 163) cita o exemplo de uma greve na região do ABC, em São Paulo. Ao ser transformado em notícia, em primeiro plano serão considerados aqueles fatos mais específicos e determinados do movimento, ou seja, “os aspectos mais singulares. Quem exatamente está em greve, quais são as reivindicações, como está sendo organizada a paralisação”, etc. Para tornar-se mais completa, a notícia da greve terá de ser elaborada como pertinente a um contexto político particular, levando em conta a identidade de significado com outras greves, por exemplo.

Nesse sentido, a particularidade do fato – embora subordinada formalmente ao singular, pois é ele que dá vida à notícia – estará relativamente explicitada. No entanto, a universalidade desse fato político, em que pese não seja explicitada, estará necessariamente presente enquanto conteúdo (GENRO FILHO, 1987, p. 163).

Ao que consta, todas as coisas do mundo existem em pelo menos três dimensões: o singular, o particular e o universal. Essas categorias identificadas na notícia sobre a greve em São Paulo ocorrem sempre numa determinada relação entre si. Ou seja, o particular é sempre particular em relação a um singular e em relação a um universal.

Portanto, segundo Genro Filho (1987, p. 163), além de poder se retratar um acontecimento pela via da singularidade e, ao mesmo tempo, colocar uma visão particular e universal do mundo é possível afirmar que o singular é a matéria-prima do jornalismo, a forma pela qual se cristalizam as informações ou, pelo menos, para onde tende essa cristalização e convergem as determinações particulares e universais. O particular está presente na matéria jornalística como a contextualização, a classificação da notícia dentro de uma classe de acontecimentos (mas, se levado em consideração a charge, é o particular, e não o singular, a

matéria-prima da informação opinativa. Veremos na próxima subseção) levando em conta sua identidade de significado com outros eventos. O universal, por sua vez, não aparece explicitamente, mas está necessariamente presente enquanto conteúdo.

### 2.1.2 A PIRÂMIDE INVERTIDA

A partir desses pressupostos de singularidade, particularidade e universalidade, Genro Filho (1987, p. 183) propõe um passo a diante: diz então que o jornalismo é uma forma social de conhecimento, mas não de um conhecimento qualquer e sim de um conhecimento cristalizado no singular. Assim, acredita que se pode desenvolver uma Teoria do jornalismo, onde se comece a redefinir coisas como, por exemplo, a pirâmide invertida, ou *lead*<sup>3</sup>, “momento agudo, síntese evocativa da singularidade” e, portanto “o momento jornalístico mais importante”.

De acordo com o autor, alguns aceitam a tese de que a pirâmide invertida surgiu por uma deficiência técnica, um acaso que contemplou, ao mesmo tempo, o comodismo dos leitores e o interesse dos jornais em suprimir parágrafos finais quando chegava um anúncio de última hora para ser publicado no jornal. Para outros, essa maneira de estruturar a notícia cria uma tendência a uniformizar os primeiros parágrafos. Mas, para Genro Filho, a tese da pirâmide invertida quer ilustrar que a notícia vai do singular para o particular.

Do ponto de vista meramente descritivo, o *lead*, enquanto apreensão sintética da singularidade ou núcleo singular de informação, encarna realmente o momento jornalístico mais importante. *Não obstante, sob o ângulo epistemológico – que é o fundamental – a pirâmide invertida deve ser revertida, quer dizer, recolocada com os pés na terra. Nesse sentido, a notícia caminha não do mais importante para o menos importante (ou vice-versa), mas do singular para o particular, do cume para a base.* (1987, p. 191, grifo do autor)

---

<sup>3</sup> O *lead* nada mais é que o relato sintético do acontecimento logo no começo do texto, respondendo às seis perguntas básicas do leitor: o quê, como, quem, onde, quando e por quê.

Não se trata, necessariamente, de relatar os fatos mais importantes seguidos dos menos importantes. Mas de um único fato tomado numa singularidade decrescente.

Meditisch (1997) nos exemplifica este conceito. Quando o jornalista formula o início de uma notícia (ou uma opinião, por exemplo, objeto de estudo deste trabalho), procura por aqueles aspectos que são próprios do fenômeno. Procura o novo, as diferenças. À medida que vai desenvolvendo a notícia, caminha para a localização desse fato em determinado terreno particular, ou seja, situa o fato dentro de determinada conjuntura, expondo as condições em que aconteceu, até chegar à base da pirâmide, uma base dessa formulação a nível do particular. O universal, por outro lado, não vai estar contido ali, visto tratar-se de nossos princípios. Graficamente, será representado como continuidade pontilhada das linhas que definem a pirâmide.

Para efeito de uma demonstração gráfica, podemos considerar que o triângulo equilátero (Figura A), segundo Genro Filho (1987, p. 191), fornece o modelo da estrutura da notícia diária.

A igualdade dos três ângulos, indica um equilíbrio entre a singularidade do fato, a particularidade que o contextualiza e, com base nessa relação, uma certa racionalidade intrínseca que estabelece seu significado universal.

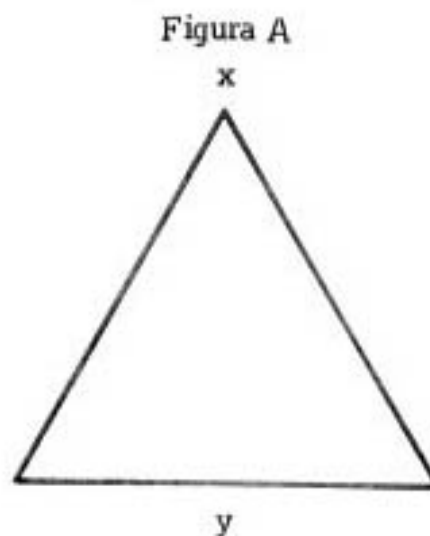


Figura A: triângulo equilátero

Fonte: O segredo da pirâmide, de Adelmo Genro Filho, 1987, p. 194



Ou seja, o que o triângulo equilátero quer representar é que uma notícia diária pode atingir certo equilíbrio entre a singularidade e particularidade, fazendo com que a notícia se realize, efetivamente, como forma de conhecimento. A partir dessa relação minimamente harmônica entre o singular e o particular, a notícia poderá – dependendo de sua abordagem ideológica – tornar-se uma apreensão crítica da realidade.

Partindo dessa referência como modelo de notícia diária, Genro Filho (1987, p. 192) sugere duas outras variações, idealizados nos triângulos isósceles: um com a base menor que os dois lados (Figura B), representando a notícia sensacionalista, excessivamente singularizada<sup>4</sup>; e, o caso oposto: um triângulo com a base maior que os lados (Figura C), representando a abertura de um ângulo de generalização maior do singular ao particular.

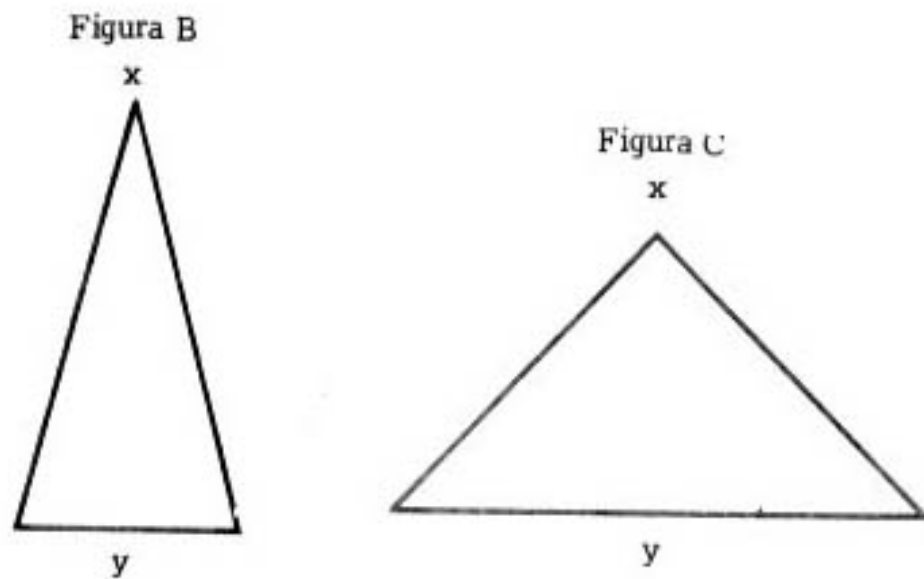


Figura B e C: triângulos isósceles  
 Fonte: O segredo da pirâmide, de Adelmo Genro Filho, 1987, p. 194

É este triângulo – o modelo representado pela figura C – que a presente pesquisa busca estudar através das charges, visto representar um jornalismo que necessita de maior particularização e universalização. Ou seja, o contexto particular

<sup>4</sup> O jornal sensacionalista singulariza os fatos ao extremo. Esse singular, no entanto, não fica destituído de sua significação já que, de maneira subjacente, ele envolve um contexto de particularidade e uma sugestão universal. A singularidade extrema, segundo GENRO FILHO (1987, p. 198), possui um conteúdo conservador e o jornais sensacionalistas produzem um discurso de reforço dos valores, como meio para excitar não apenas as sensações como também os preconceitos morais do público.

e universal que irá construir o fato jornalístico será sempre mais amplo e rico em conexões do que o singular. É neste viés que o gênero opinativo – e, dentro dele, a charge jornalística, – pode ser enquadrado.

A pirâmide de Genro Filho ainda há de incorporar prolongamentos tanto na base quanto no cume, representando, respectivamente, “os pressupostos ontológicos e ideológicos que orientaram a apreensão e construção do fato jornalístico” (1987, p.193), e “a projeção ideológica e ontológica que emana ou é superior pela notícia” (1987, p.195).

Até o momento, a presente monografia analisou o jornalismo como produção de conhecimento pela ótica da singularidade, como propõe Genro Filho (1987). O que é singular num determinado acontecimento é notícia e, portanto, merece destaque e espaço no jornal. Mas e o que é notícia? Como ela vai parar nos periódicos? Versaremos um pouco sobre isso e sobre outras abordagens, como as hipóteses de *gatekeeper* e *agendamento* no próximo subcapítulo.

## 2.2 FILTROS MUDIÁTICOS

A notícia<sup>5</sup>, segundo Luiz Amaral (apud PENA, 2005, p. 70) é a matéria-prima do jornalismo. Ele cita a revista norte-americana *Collier's Weekley*, que define a notícia como “tudo o que o público necessita saber, tudo que o público deseja falar”, acrescentando que ela é “a inteligência exata e oportuna dos acontecimentos, descobertas, opiniões e assuntos de todas as categorias que interessam aos leitores”.

É sabido que na rotina produtiva diária das redações há um excesso de fatos que chegam ao conhecimento dos jornalistas. No entanto, deste montante, apenas parcela delas é publicada ou veiculada. Tal feito pode levar os leitores a se indagar sobre qual o critério utilizado pelos profissionais da imprensa para escolher o que de fato deve ou não virar notícia.

---

<sup>5</sup> Até a Revolução Industrial as notícias eram relatos de acontecimentos importantes – para o comércio, os meios políticos, as manufaturas. Muito rapidamente, com a conquista do grande público, passaram a ser artigos de consumo, sujeitos a acabamento padronizado, embalados conforme as técnicas do marketing (LAGE, 2001, p. 49).

Não tenho dúvidas em afirmar que essa pergunta é a mais importante da teoria do jornalismo [...] Revelar o modo como as notícias são produzidas é mais do que a chave para compreender o seu significado, é contribuir para o aperfeiçoamento democrático da sociedade (PENA, 2005, p. 71).

A comunicação ganhou maior importância com a globalização da economia e a midiática promovida pela sociedade contemporânea. Hoje, é através da mídia de massa que tomamos conhecimento do mundo. Também são estes meios que nos ajudam a construir nossa realidade – formada pela informação recebida e pelas percepções que temos.

Entre os teóricos da comunicação contemporânea parece pacificado o fato de os *mídias* – entendidos aqui como mídias noticiosos e de massa: rádio, televisão, jornais e *Internet* – influir na opinião pública. O que se discute – e não há, neste caso, consenso – é o grau de influência por eles exercido. Olhando-se em perspectiva as várias hipóteses da comunicação, vemos que há defensores de uma influência total, como na imposição do *silêncio*, desembocando no reconhecimento de que há controle, no caso da hipótese do *Agendamento* e do *Gatekeeper*.

Marques de Melo (2006, p. 56) define com maestria a influência que o jornalismo exerce sobre o seu público leitor. Para ele, a comunicação é um processo de reprodução simbólica. Logo, a atividade jornalística é “eminentemente ideológica”. “Apreender os fatos e relatá-los por intermédio de veículos de difusão coletiva significa, nada mais, nada menos, que projetar visões de mundo”. E é exatamente isso que os profissionais dos meios noticiosos fazem cotidianamente. “Atuam como mediadores entre os acontecimentos, seus protagonistas e os indivíduos que compõem um universo sociocultural (público destinatário)”.

### 2.2.1 *Gatekeeper*

O termo *gatekeeper* – originalmente surgido no campo da psicologia, na década de 40, por Kurt Lewin<sup>6</sup> – foi adaptado à análise comunicacional por David

---

<sup>6</sup> O termo *gatekeeper* (selecionador) foi criado por Kurt Lewin, psicólogo, que em 1947 realizou uma pesquisa sobre problemas relacionados à mudança de hábitos alimentares. Em seu trabalho, Lewin afirmou que os métodos de investigação por ele abordados não se aplicavam somente a canais de alimentação, como também poderiam ser observados nos canais comunicativos ou caminhos

Manning White<sup>7</sup>, em 1950, num estudo que analisava os fluxos de notícias dentro de órgãos de informação. Segundo White (apud WOLF, 2005, p. 184), durante o processo de produção da notícia a informação trilha um percurso permeado por filtros ou portões (*gates*) onde os produtores da notícia (*gatekeeper*) escolhem se devem ou não publicar o fato. Aqui, o jornalista “é o responsável pela progressão da notícia ou por sua ‘morte’, caso opte por não deixá-la prosseguir, o que significa evitar a publicação” (PENA, 2005, p. 133).

A teoria do *gatekeeper* pode ser aplicada também em todo o processo do *mass media*, ou seja, o controle da informação, estabelecendo como as mensagens serão codificadas, selecionadas, formadas, difundidas, programadas ou excluídas.

As decisões do *gatekeeper* são tomadas, menos a partir de uma avaliação individual da noticiabilidade do que em relação a um conjunto de valores que incluem critérios, quer profissionais, quer organizativos, tais como a eficiência, a produção de notícias, a rapidez. (ROBINSON apud WOLF, 2005, p. 186).

A principal função dos veículos de informação é apresentar um relato de ocorrências importantes e interessantes. Este princípio, no entanto, é muito complexo, pois cabe aos produtores da notícia selecionar dentre uma infinidade de acontecimentos o que deve ou não ser publicado. A abundância de informações faz com que os meios de comunicação tenham que obedecer, essencialmente, três regras para produzir notícias (TUCHMAN apud WOLF, 2005, p. 194):

1. devem tornar possível o reconhecimento de um evento (inclusive dos excepcionais) como evento noticiável [...]
2. devem elaborar modos de relatar os eventos, que não levem em conta a pretensão de cada acontecimento ocorrido a um tratamento idiossincrático [...]
3. devem organizar, temporal e especialmente, o trabalho de modo que os acontecimentos noticiáveis possam afluir e ser trabalhados de uma forma planificada. Estas obrigações estão relacionadas entre si.

---

percorridos pela informação, onde existe um *gatekeeper*, pessoa ou grupo que decide se impede ou deixa passar o informe.

<sup>7</sup> David Manning White, da Universidade de Boston, pediu a alguns editores que guardassem todas as cópias chegadas da Associated Press, United Press e International News Service durante o período de uma semana, para depois justificarem a sua seleção de notícias para os seus jornais. Um terço das vezes, o editor rejeitou histórias por não crer que elas fossem verdadeiras. Dois terços das vezes, rejeitou-as por não ter suficiente espaço no jornal, ou por já ter escolhido histórias semelhantes para inserir na publicação. O editor confessou ter algumas opiniões pessoais que influenciavam as suas decisões, tais como certos preconceitos ou preferências, para além de certos fatores que normalmente determinam a seleção do *gatekeeper*.

A capacidade de um fato de ser transformado em notícia é denominada por Wolf (2005, p. 196) de noticiabilidade – conjunto de critérios, operações e instrumentos com os quais os órgãos de informação enfrentam a tarefa de escolher, quotidianamente, entre um número imprevisível e indefinido de fatos, uma quantidade finita e estável de notícias. Definir sobre a noticiabilidade dos acontecimentos é, portanto, um monopólio de poder de que desfruta o campo jornalístico. É sobre este fazer que o campo jornalístico tem autoridade e legitimidade de decisão.

A falta de tempo é um dos fatores que determinam a noticiabilidade. Outro fator que constitui a noticiabilidade são os *valores/notícia*, ou seja, parâmetros utilizados para determinar quais acontecimentos são tidos como interessantes, significativos e relevantes para se tornarem notícia.

A seleção da notícia é um processo de decisão e de escolha realizado rapidamente [...] Os critérios devem ser fácil e rapidamente aplicáveis, de forma que as escolhas possam ser feitas sem demasiada reflexão [...]. Finalmente, mas não menos importante, os critérios são orientados para a eficiência, de forma a garantirem o necessário reabastecimento de notícias adequadas, com o mínimo dispêndio de tempo, esforço e dinheiro [...] Para evitar o caos, a aplicação dos critérios relativos às notícias exige uma organização hierárquica dentro da qual aqueles que possuem mais poder possam impor a sua opinião acerca dos critérios relevantes para uma determinada notícia (GANS apud WOLF, 2005, p. 204).

Os valores/notícia, no entanto, não são estanques. Eles se modificam com o tempo e necessidade, reajustando-se e redefinindo-se.

Pode-se acrescentar ainda os elementos ideológicos na escolha das matérias (e/ou opiniões) que devem ou não merecer espaço no jornal. Segundo Guareschi & Biz (2005, p. 143), há dois eixos importantes que devem ser levados em consideração para se entender bem o conceito de ideologia.

O primeiro eixo é valorativo, isto é, ideologia pode ser algo positivo, por um lado, ou negativo, pejorativo, por outro. Ele pode ser tomado em ambos os sentidos, dependendo de quem o emprega. No sentido positivo, conforme os autores, ele é uma visão de mundo, uma plataforma de princípios e idéias. No sentido negativo, ele é entendido como uma visão distorcida, falsificada e enganadora da realidade. Há também outro eixo, que vem especificar o sentido em que a ideologia pode ser entendida: é o eixo do estático versus o do dinâmico. Ideologia, no sentido estático, é entendida como se fosse algo pronto, corporificado, como se fosse uma instituição.

Já no sentido dinâmico, ideologia é entendida como uma prática, uma estratégia, uma maneira (GUARESCHI & BIZ, 2005 p. 143). De forma geral, segundo os autores, “ideologia é o uso de formas simbólicas para criar, ou reproduzir, relações de dominação”. No livro *Comunicação & Poder*, Guareschi (2001, p. 19) define ideologia como o local em que são armazenados os sinais empregados para racionalizar a dominação de classe, sinais esses marcados com uma condição: “a exigência de que eles devem trabalhar para um sistema, cujas bases e verdadeiros fundamentos eles devem mascarar”.

Figura-se aqui a existência de interesses, por parte dos veículos de comunicação, na promoção de certas ocorrências ou em evitar que estas se tornem acontecimentos públicos. Ou seja, os promotores de notícias atuam estrategicamente, e, assim, estabelece-se uma luta simbólica, resultado da concorrência entre promotores na mobilização de ocorrências ou de questões como recurso na construção da experiência, onde o campo jornalístico constitui um alvo destas ações.

Conforme Genro Filho (1989), a atividade jornalística, como forma de conhecimento, é operação (subjéctiva) de reconstituição do singular em notícia, unidade básica do jornalismo. Ela é construída a partir de uma unidade básica de significação: o fato jornalístico. O fato não é dado objetivamente, mas produzido através de métodos próprios do jornalismo, tendo por matéria-prima fenômenos extraídos do fluxo objetivo da realidade, segundo determinações objetivas e subjéctivas. “É inevitável que os fatos sejam, em si mesmo, uma escolha” (GENRO FILHO, 1989, p. 186).

O julgamento ético, a postura ideológica, a interpretação e a opinião não formam um discurso que se agrega aos fenômenos somente depois da percepção, mas são sua pré-condição, o pressuposto mesmo da sua existência como fato social. Não há um fato e várias opiniões e julgamentos, mas um mesmo *fenômeno* (manifestação indeterminada quanto ao seu significado) e uma *pluralidade de fatos*, conforme a opinião e o julgamento. (Ibid, p.149)

Portanto, antes de um fato ser objeto de notícia, um fenômeno foi objeto de fato. O fato já é um recorte do fenômeno, já está permeado por significado. Em consequência existem diferentes formas, igualmente jornalísticas, de se tratar um assunto, “desde a escolha e a coleta dos dados, o enfoque a ser escolhido até a

linguagem e a edição, e tais formas não são inocentes ou neutras em termos político-ideológicos” (GENRO FILHO, 1989, p.50).

Ainda segundo o autor (p. 65), há de se considerar, no processo de significação produzido pelo jornalismo, duas variáveis: 1) as relações objetivas do evento, o grau de amplitude e radicalidade do acontecimento em relação a uma totalidade social considerada; 2) as relações e significações que são constituídas no ato de sua produção e comunicação. A produção subjetiva dos fatos, entretanto, nem sempre é admitida. É comportamento corriqueiro do meio invocar a objetividade jornalística para advogar que o ofício é desempenhado por coleta de fatos prontos e acabados, com existência anterior e autônoma em relação à percepção.

Já os critérios substantivos estão relacionados à importância e ao interesse da notícia: se for tida como importante é obrigatoriamente selecionada, se é interessante passa por um processo de escolha mais subjetivo. A importância aparenta ser decidida por quatro fatores:

1. Grau e nível hierárquico dos indivíduos envolvidos no acontecimento noticiável;
2. Impacto sobre a nação e sobre o interesse nacional;
3. Quantidade de pessoas envolvidas no acontecimento;
4. Relevância e significatividade do acontecimento quanto à evolução futura de uma determinada situação (WOLF, 2005, p. 208-12).

Cabe destacar que na escolha de uma notícia nem todos os critérios são levados em consideração. A relevância de determinados valores/notícia variam de acordo com a informação. Gans (apud WOLF, 2005, p. 216) explica que “a cobertura informativa e o ciclo informativo de que um acontecimento é alvo compreender-se-ão melhor, se se tiver presente a relação que existe entre estas múltiplas variáveis”.

### **2.2.2 Agendamento**

Dentro do contexto dos estudos sobre os efeitos dos meios de comunicação na sociedade, surge nos anos 70 a investigação da hipótese do agendamento. Esta linha de pesquisa<sup>8</sup> propõe uma nova etapa de investigação sobre os efeitos da

---

<sup>8</sup> Surgida como uma reação a uma outra teoria: a dos efeitos limitados, que teve seu auge entre os anos 40 e 60 (PENA, 2005, p. 142)

comunicação de massa. Aqui, tem-se um conceito do poder que o jornalismo (leia-se também que a mídia noticiosa) exerce sobre a opinião pública. Este conceito remete à hipótese do agendamento, que em definição simples é "um tipo de efeito social da mídia. É a hipótese segundo a qual a mídia, pela seleção, disposição e incidência de suas notícias, vem determinar os temas sobre os quais o público falará e discutirá" (BARROS FILHO, 1995, p. 169).

Os pressupostos da hipótese<sup>9</sup> do agendamento são vários na opinião de Hohlfeldt (1997, p. 44), mas destaquemos alguns principais:

a) O fluxo contínuo de informação: verifica-se que o processo de informação e de comunicação não é, como parecem pressupor as antigas teorias, um processo fechado [...] o que, na verdade, ocorre, é que este fluxo contínuo informacional gera o que McCombs denominará de efeito de enciclopédia que pode ser inclusive concretamente provocado pela mídia, sempre que isso interesse, através de procedimentos técnicos como o chamado box que as revistas e jornais muitas vezes estampam junto a uma grande reportagem [...] b) Os meios de comunicação, por consequência, influenciam sobre o receptor não a curto prazo, como boa parte das antigas teorias pressupunham, mas sim a médio e longo prazos [...] c) Os meios de comunicação, embora não sejam capazes de impor o que pensar em relação a um determinado tema, como desejava a teoria hipodérmica, são capazes de, a médio e longo prazo, influenciar sobre o que pensar e falar.

A essência do conceito não está muito longe da realidade, pois se tem, diariamente, uma enxurrada de informações que são selecionadas e dispostas de maneira que algumas notícias recebem uma ênfase maior, como é o caso das notícias que aparecem na capa dos jornais, revistas, telejornais. "A mídia, ao nos impor um menu seletivo de informações como sendo 'o que aconteceu', impede que outros temas sejam conhecidos e, portanto, comentados" (BARROS FILHO, 1995, p.170). Ao decretar seu desconhecimento pela sociedade, condena-os à inexistência social.

Nesse sentido, o cardápio da mídia é o que apresenta maior incidência nas comunicações interpessoais. Algumas nuances, no entanto, parecem fundamentais, segundo Barros Filho (1995). O autor reconhece que a imposição pela mídia dos temas mais comentados nas comunicações interpessoais é constatada por pesquisas em grandes universos sociais. Ressalta, no entanto, que "isso não

---

<sup>9</sup> De acordo com Hohlfeldt (1997), se fala em "hipótese" e não em "teoria", por que uma teoria é um paradigma fechado, um modo "acabado" e, neste sentido infenso a complementações ou conjugações, pela qual traduzimos uma determinada realidade segundo um certo modelo. Uma "hipótese", ao contrário, é um sistema aberto, sempre inacabado, infenso ao conceito de "erro" característico de uma teoria (p. 43).



significa que nas conversas deste ou daquele indivíduo considerado isoladamente esses temas mediatizados sejam preponderantes” (p. 170). Isso por que há temas pertencentes a uma agenda pessoal dos indivíduos, que não foram, portanto, impostos pela mídia.

### 2.2.3 Espiral do Silêncio

A espiral do silêncio, como o agendamento, é uma hipótese científica de sucesso. Desenvolvida pela professora alemã Elisabeth Noelle-Neumann<sup>10</sup>, a idéia central dessa hipótese é que os indivíduos procuram se expressar dentro dos parâmetros da maioria para evitar o isolamento. A primeira vez que se ouviu este conceito foi em 1972, durante o 20º Congresso Internacional de Psicologia, em Tóquio.

Para Noelle-Neumann (apud PENA, 2005), as pessoas (ou até mesmo os próprios profissionais da mídia) tendem a esconder opiniões contrárias à ideologia majoritária. A opção pelo silêncio é causada pelo medo da solidão social, que se propaga em espiral e, algumas vezes, pode até esconder desejos de mudança presentes na maioria silenciosa.

Esses desejos acabam sufocados pela espiral do silêncio. Ou seja, as pessoas não só são influenciadas pelo que os outros dizem como também pelo que imaginam que eles poderiam dizer. Se acharem que suas opiniões podem não ter receptividade, optam pelo silêncio (PENA, 2005, p. 155).

Para que se possa evitar esse isolamento é preciso, de acordo com Barros Filho (1995, p. 220) saber qual é a opinião dominante.

Só a percepção relativamente aguda do que pensam os demais e em qual sentido se dá a evolução das opiniões permite ao ser humano manifestar-se em sociedade sem suportar em permanência o ônus da reprovação dos pares.

---

<sup>10</sup> Neumann desenvolveu uma teoria ao observar séries de pesquisas feitas pelo Instituto Alensbach, sobre a percepção que os alemães tinham de si mesmos, a partir da influência das opiniões que a mídia alemã transmitia sobre essa questão.

A idéia do espiral, conforme o autor, visa explicitar a dimensão cíclica e progressiva dessa tendência ao silêncio. “Quanto mais uma opinião for dominada dentro de um universo social dado, maior será a tendência a que ela não seja manifestada” (1995, p. 208).

Uma das condições para que o efeito da espiral do silêncio se produza é a consonância temática, ou seja, a abordagem relativamente homogênea dos mesmos fatos pelos distintos meios de comunicação, acrescenta Barros Filho (1995, p. 209).

Segundo Hohlfeldt (2001, p. 222), para Noelle-Neumann a dúvida sobre a capacidade de julgamento que o indivíduo tem sobre si mesmo funciona como componente aliado ao medo que torna as pessoas vulneráveis à opinião das demais, especialmente no caso de pertencimento a grupos sociais que podem punir aquele que discorda por ele ir além da linha autorizada.

Assim, as pessoas desenvolvem a capacidade de perceber o que ela denomina de *clima de opinião*, independentemente do que elas mesmas sintam ou pensem sobre determinados assuntos. Dessa forma, ao perceberem ou imaginarem o clima de opinião sobre certos temas, num primeiro momento eles tendem a se calar e, depois, a adaptarem, mesmo que apenas retoricamente, suas opiniões ao referido *clima de opinião*, ou ao que elas imaginam ser o pensamento da maioria.

Além de informar com o objetivo de produzir e reproduzir conhecimento, o jornalismo, segundo Beltrão (1980), também tem o dever de exercitar a opinião. De acordo com o autor (1980, p. 14), ela é que valoriza e engrandece a atividade profissional,

pois quando expressa com honestidade e dignidade, com a reta intenção de orientar o leitor, sem tergiversar ou violentar a sacralidade das ocorrências, se torna fator importante na opção da comunidade pelo mais seguro caminho à obtenção do bem-estar e da harmonia do corpo social.

No próximo capítulo, iremos nos deter a uma categoria específica na qual se insere a charge, o jornalismo opinativo.

### 3 JORNALISMO OPINATIVO

As primeiras manifestações do jornalismo<sup>11</sup> – *as relações, os avisos, as gazetas*, que circulavam escassamente no século XV e ampliam-se no século XVI – atendem à necessidade social de informação dos habitantes das cidades, súditos e governantes. Na Inglaterra, segundo Marques de Melo (1994, p. 18), as primeiras folhas limitavam-se a descrever um crime, uma catástrofe, uma batalha ou morte importante, evitando notícias políticas e relatando apenas trivialidades. “Trata-se, contudo, de um conjunto de expressões tipográficas que não preenchem os atributos fixados no jornalismo”, aponta o autor. São, na verdade, publicações que informam sobre fatos da atualidade e se difundem através da imprensa. Mas não possuem periodicidade. A ausência de periodicidade nas publicações impressas que circulavam na Europa antes do século XVII não é uma reserva meramente tecnológica, mas um fenômeno tipicamente político. É por isso que

o autêntico jornalismo – processos regulares, contínuos e livres de informação sobre a atualidade e de opinião sobre a conjuntura – só emerge com a ascensão da burguesia ao poder e a abolição da censura prévia (MARQUES DE MELO, 1994, p. 20).

Na França, por exemplo, o decreto de 5 de julho de 1788, que estabelece a liberdade de imprensa, produz o imediato aparecimento de considerável número de obras e panfletos sem nenhuma autorização prévia. Medidas como esta não tardaram a surgir em todos os países onde a burguesia havia completado o controle do aparelho estatal. “É a época de ebulição do jornalismo político-literário, em que as páginas impressas funcionam como caixa acústica de ressonância, programas político-partidários, plataformas de políticos de todas as idéias” (MARCONDES FILHO, 2000, p. 11).

O jornalismo passava a assumir fisionomia peculiar, como explica Marques de Melo: “a de uma atividade comprometida com o exercício do poder político, difundindo idéias, combatendo princípios e defendendo pontos de vista” (1994, p.

---

<sup>11</sup> O jornalismo é segundo Marcondes Filho (2000, p. 10) filho legítimo da Revolução Francesa. Ele ressalta, entretanto, que um século e meio antes já haviam jornais – em 1631 a *Gazette* de Théophraste Renaudot já tinha todas as características básicas desse veículo. Ele expande-se a partir da luta pelos direitos humanos nesta que foi a ‘revolução símbolo’ da destituição da democracia, do fim das monarquias e de todo o sistema absolutista herdado da Idade Média, assim como a afirmação do espírito burguês.

21). Nesses primeiros momentos da sua afirmação, o periodismo caracteriza-se pela expressão de opiniões<sup>12</sup>. Na medida em que a liberdade de imprensa beneficiava a todos, as diferentes correntes de pensamento se confrontavam através das páginas dos jornais que editavam.

O exercício da atividade jornalística se intensificava por que a publicação de jornais não requeria grandes capitais. “Bastava adquirir uma imprensa manual, tipos móveis, tinta e papel. Vender mil exemplares era suficiente para financiar a edição” (GODECHOT, apud MARQUES DE MELO, 1994, p. 22).

Se assim era, nada mais natural que os donos do poder, incomodados pela virulência com que se praticava o jornalismo, atacando, denunciando, combatendo o governo, procurassem reduzir o ímpeto da expressão opinativa. A nova classe no poder tratou, então, de elaborar mecanismos de controle sobre as publicações, com a criação, por exemplo, de taxas, impostos e controles fiscais tais que somente as classes econômicas mais favorecidas tinham condições de manter um jornal. Tais restrições, segundo Marques de Melo, fazem medrar o jornalismo de opinião e estimulam o jornalismo de informação.

O *jornalismo informativo* [grifo do autor] afigura-se como categoria hegemônica, no século XIX, quando a imprensa norte-americana acelera seu ritmo produtivo, assumindo feição industrial e convertendo a informação de atualidade em *mercadoria* [...] Evidentemente o *jornalismo opinativo* não desaparece. Na prática, ele tem seu espaço reduzido, sua presença na superfície impressa circunscrita às páginas chamadas ‘editoriais’ (1994, p. 23).

Pouco a pouco, sobretudo pelas conseqüências da Revolução Industrial, o jornalismo tendeu a tornar-se cada vez mais informativo e não apenas opinativo. A informação era o produto de necessidade vendido junto com a opinião nos periódicos.

A atividade que se iniciara com as discussões político-literárias aquecidas, emocionais, relativamente anárquicas, começava agora a se

---

<sup>12</sup> Muito antes de ser informativo o jornalismo foi opinativo, como se via no panfletismo ideológico da Revolução Francesa. Na segunda metade do século XIX e nas primeiras décadas do século XX, o atual jornalismo empresarial do EUA não destoava de escolas jornalísticas da época, como a francesa e a inglesa: praticava-se um jornalismo muito mais opinativo e tendencioso do que informativo. Nos anos 30, com o êxito do jornalismo interpretativo nascente, os dirigentes de jornais observaram que tinham em mãos um negócio do futuro. Assim, os jornais foram se profissionalizando e se organizando em empresas bem-estruturadas. Cada gênero passou a ter sua valorização específica e o opinativo ganhou a página dois dos jornais para os editoriais da empresa, além de artigos assinados.

constituir como grande empresa capitalista: todo o romantismo da primeira fase será substituído por uma máquina de produção de notícias e de lucros com os jornais populares e sensacionalistas (MARCONDES FILHO, 2000, p. 13).

É nessa nova imprensa, como sugere o autor acima referido, que será mantida as características originais da atividade jornalística: “a busca da notícia, o ‘furo’, o caráter da atualidade, a aparência de neutralidade, em suma, o ‘caráter libertário e independente’” (MARCONDES FILHO, 2000, p. 13).

A notícia, como forma de mercadoria, vai recebendo cada vez mais investimento para melhorar a sua aparência e sua vendabilidade: criam-se as manchetes, os destaques, as reportagens. Trabalha-se e investe-se muito mais na capa, no logotipo, nas chamadas de primeira página. Aumenta-se o volume publicitário e enfraquece-se a posição dos editores e redatores.

Cristaliza-se, também, o entendimento fundado na imparcialidade, na objetividade e na veracidade da informação.

Tal imparcialidade, objetividade e veracidade cumprem a função reiteradora que a opinião manifesta já não consegue suprir, apresentando como equilibradas e, portanto, naturais, as perspectivas dadas como boas, eliminando como subjetivas ou mentalistas as disposições inconvenientes de análise crítica e estabelecendo, necessariamente *a priori*, critérios de aferição da verdade (LAGE, 2001, p. 34)

O conceito de objetividade colocado em voga consiste basicamente em descrever os fatos tal como aparecem. É, na realidade, abandono consciente das interpretações, ou do diálogo com a realidade, para extrair desta, apenas o que se evidencia (LAGE, 2001).

Frente a esta separação histórica, é fator essencial na configuração do jornalismo contemporâneo distinguir *news* de *comments*. Grandes, médios e até mesmo pequenos jornais devem ter a veracidade dos fatos como norte de sua atuação profissional.

No entendimento de Lage (1993, p. 25) a notícia trata das aparências do mundo. E hoje, segundo ele, “conceitos que expressam subjetividade estão excluídos. Não é notícia o que alguém pensou, imaginou, concebeu ou sonhou, mas o que alguém disse, propôs, relatou ou confessou”.

### 3.1 CATEGORIAS JORNALÍSTICAS

Aparece, então, a necessidade de se classificar as duas categorias jornalísticas historicamente localizadas: jornalismo informativo e jornalismo opinativo. O reconhecimento da existência dessas duas divisões obtém consenso dos profissionais e estudiosos da área.

Para os norte-americanos Emery, Ault e Agee (apud MARQUES DE MELO, 1994, p. 24) “jornalismo é o relato dos fatos como eles se apresentam no momento do registro, não um estudo definitivo de uma situação”. E acrescentam: “historicamente, o jornalista tem sido identificado pela sociedade como responsável por duas funções básicas: relatar as notícias e oferecer interpretação e opinião baseado nas notícias”.

O brasileiro Luiz Beltrão (1960, p. 61) apresenta uma formulação mais sistemática: “jornalismo é antes de tudo informação [...] informação, bem entendido, de fatos atuais, correntes que mereçam o interesse público”. Mas adverte: “os fatos correntes expostos pelo jornalismo têm de ser devidamente interpretativos, porquanto informação, orientação e direção são atributos essenciais do periodismo”.

Mais clara é a distinção sugerida pelo jornalista cubano José Benítez (apud MARQUES DE MELO, 1994, p. 25). “O jornalismo não é somente a transmissão ou comunicação de notícias e informação da atualidade. É também comunicação de idéias, opiniões, juízos críticos”.

Marques de Melo (1994, p. 38), em *A opinião no Jornalismo Brasileiro*, confirma a separação entre jornalismo informativo e opinativo.

Historicamente a diferenciação entre as categorias *jornalismo informativo* e *jornalismo opinativo* [grifo do autor] emerge da necessidade sociopolítica de distinguir os fatos (news/stories) das suas versões (comments), ou seja, delimitar os textos que continham opiniões explícitas.

Se historicamente predominavam essas duas categorias – informativo e opinativo – contemporaneamente elas convivem com duas novas divisões – interpretativo e entretenimento – conforme estudos apresentados por Fraser Bond (apud MARQUES DE MELO, 1994, p. 27).

O jornalismo tem quatro razões de ser fundamentais: informar, interpretar, orientar, entreter [...] Hoje, o primeiro propósito e responsabilidade do jornalismo é assegurar ao povo a informação. [...] A necessidade de interpretação e explanação das notícias em nossa época é realmente visível. [...] Desde os primeiros tempos, o jornalismo tem procurado influenciar o homem. [...] O jornal esforça-se abertamente por influenciar seus leitores através de seus artigos, editoriais, caricaturas e colunas assinadas. [...] Paralelamente ao seu propósito de informar, interpretar e moldar opiniões, o jornalismo dedica um esforço crescente à sua função de entreter.

Assim sendo, temos, na descrição de Bond (apud MARQUES DE MELO, 1994, p. 29), além do jornalismo informativo – que assegura ao povo a informação – e do jornalismo opinativo – que tem procurado influenciar o homem – duas outras categorias: o jornalismo interpretativo – que faz a explanação das notícias – e o jornalismo de entretenimento – que busca divertir o público leitor. Para Marques de Melo (1994), no entanto, essas duas categorias novas sugeridas por Bond não figuram como categorias autônomas. Pelo contrário, “podem corresponder em certo sentido a expressões já existentes no jornalismo informativo e no jornalismo opinativo”<sup>13</sup>.

Mas afinal, o que são categorias jornalísticas? Para Juan Gargurevich<sup>14</sup> (apud MARQUES DE MELO, 1994, p. 39) “são formas que o jornalista busca para se expressar”. Segundo ele, os traços característicos de cada gênero ou categoria estão no “estilo”, no manejo da língua. Semelhante avaliação adota Emil Dorifat<sup>15</sup> (apud MARQUES DE MELO, 1994, p. 39), para quem “as formas de expressão jornalística” se definem pelo “estilo” e assumem expressão própria pela “obrigação de tornar a leitura interessante e motivadora”.

Se as categorias/gêneros são determinados pelo “estilo” e se este depende da relação dialógica que o jornalista deve manter com o seu público, apreendendo seus modos de expressão (linguagem) e suas expectativas (temáticas), “é evidente que sua classificação restringe-se a universos culturais delimitados” (MARQUES DE MELO, 1994, p 39).

Nesse sentido, cada autor propõe uma determinada classificação aos gêneros que compõem a categoria do jornalismo opinativo, de acordo com o

---

<sup>13</sup> A interpretação (enquanto procedimento explicativo) cumpre-se perfeitamente através do jornalismo informativo. O mesmo ocorre com a diversão, mero recurso narrativo que busca estreitar os laços entre a instituição jornalística e o seu público (MARQUES DE MELO, 1994, p. 63)

<sup>14</sup> GARGUREVICH, Juan. **Gêneros periodísticos**. Quito: Ciespal, 1982.

<sup>15</sup> DORIFAT, Emil. **Periodismo**. Vol. I. México: Uthea, 1959.

contexto em que se insere seu objeto de estudo. Assim, a imprensa de cada região, país ou continente põe em prática determinados gêneros de acordo com a realidade que a circunda<sup>16</sup>.

### 3.1.1 Características determinantes

Marques de Melo (1994, p. 61) entende que um gênero jornalístico se caracteriza “pelo conjunto das circunstâncias que determinam o relato que a instituição jornalística difunde para o seu público”, rejeitando critérios de autores – como Beltrão (1980) – que identificam gêneros com base nas funções que esses gêneros desempenham junto ao público leitor: informar, explicar e orientar.

Para exemplificar, escreve o autor:

[...] a fotografia ou o desenho são perfeitamente identificáveis como notícias [quando apreendem a faceta privilegiada de um fato], como complemento da notícia [e aí a notícia é compreendida como uma estrutura articulada entre texto e imagem] ou como reportagens [quando as imagens são suficientes para narrar os acontecimentos] (1994, p. 61).

Tomando como referência a classificação de Beltrão (1980), Marques de Melo propõe a sua divisão dos gêneros peculiares ao jornalismo brasileiro. Para tanto, primeiro agrupa os gêneros em categorias que correspondam à intencionalidade determinante dos relatos através dos quais se configuram. Nesse sentido, o autor verifica duas vertentes: a reprodução e a leitura do real.

Reproduzir o real significa descreve-lo jornalisticamente a partir de dois parâmetros: o atual e o novo. Ler o real significa identificar o valor do atual e do novo na conjuntura que nutre e transforma os processos jornalísticos (1994, p. 62).

No primeiro caso temos a observação da realidade e a descrição daquilo que é apreensível à instituição jornalística, portanto, a informação. No segundo caso,

---

<sup>16</sup> No jornalismo, a primeira tentativa de classificação foi feita pelo editor inglês Samuel Buckeley no começo do século XVIII, quando resolveu separar o conteúdo do jornal *Daily Courant* em *news* (notícias) e *comments* (comentários). Para se ter uma idéia da dificuldade em estabelecer um conceito unificado de gênero, essa divisão demorou quase duzentos anos para ser efetivamente aplicada pelos jornalistas e, até hoje, causa divergências (PENA, 2005, p. 66)



temos a análise da realidade e a sua avaliação, ou seja, a opinião. No reforço da proposta, Marques de Melo defende a idéia de que o jornalismo se articula em função de dois núcleos de interesse: a informação (saber o que passa) e a opinião (saber o que se pensa sobre o que se passa). “Daí o relato jornalístico haver assumido duas modalidades: a descrição e a versão dos fatos” (1994, p. 63).

Depois, o autor busca identificar os gêneros a partir da natureza estrutural dos relatos observáveis no processo jornalístico.

Não nos referimos especificamente à estrutura do texto ou das imagens e sons que representam e reproduzem a realidade. Tomamos em consideração a articulação que existe do ponto de vista processual entre os acontecimentos (real), sua expressão jornalística (relato) e a apreensão pela coletividade (leitura) (1994, p. 64).

É por isso que o autor visualiza diferenças entre a natureza dos gêneros que se incluem na categoria informativa e dos que compõe a categoria opinativa. Segundo ele:

os gêneros que correspondem ao universo da informação se estruturam a partir de um referencial exterior à instituição jornalística: sua expressão depende diretamente da eclosão e evolução dos acontecimentos e da relação que os mediadores profissionais (jornalistas) estabelecem em relação aos seus protagonistas (personalidades ou organizações). Já no caso dos gêneros que se agrupam na área da opinião, a estrutura da mensagem é co-determinada por variáveis controladas pela instituição jornalística e que assumem duas feições: autoria (quem emite a opinião) e a angulação (perspectiva temporal ou espacial que dá sentido à opinião) (1994, p. 64).

Com tais premissas, Marques de Melo propõe a seguinte classificação, com a listagem de 12 gêneros:

a) jornalismo informativo: 1. nota; 2. notícia; 3. reportagem; 4. entrevista; b) jornalismo opinativo: 5.editorial 6. comentário 7. artigo, 8. resenha, 9. coluna, 10. crônica, 11. caricatura, 12. carta (1994, p. 64).

A quantidade de gêneros da grade classificatória torna inevitável a similaridade entre vários deles. Em alguns, as semelhanças são bem mais acentuadas do que as diferenças.

### 3.1.2 Temporalidade, Angulagem e Autoria

Na categoria dos gêneros que reproduzem o real, para Marques de Melo, a diferença entre nota, notícia e reportagem está na “progressão dos acontecimentos, sua captação pela instituição jornalística e a acessibilidade de que goza o público” (1994, p. 65). O autor introduz, assim, no elenco das razões, um novo critério, o da temporalidade.

A *nota* corresponde ao relato de acontecimentos que estão em processo de configuração e por isso é mais freqüente no rádio e na televisão. A *notícia* é o relato integral de um fato que já eclodiu no organismo social. A *reportagem* é o relato ampliado de um acontecimento que já repercutiu no organismo social e produz alterações que são percebidas pela instituição jornalística (1994, p. 65).

Na categoria dos gêneros opinativos, para diferenciar e classificar as classes dos textos, o autor inclui na sua lógica, além da temporalidade, critérios de angularidade e autoria, criando uma variedade de argumentos que exige detalhamento nas explicações.

O *comentário*, o *artigo*, a *resenha* e a *charge* pressupõem autoria definida e explicitada. O *editorial*, por sua vez, não tem autoria, visualiza-se como espaço de opinião institucional. O *comentário*, a *charge* e o *editorial* estruturam-se segundo uma angulagem temporal que exige continuidade e imediatismo.

Isso não ocorre com a *resenha* e o *artigo*, pois o primeiro, embora freqüente, descobre os valores de bens culturais diferenciados, e o segundo, embora também contemple fenômenos diferentes, não se caracteriza pela freqüência, aparecendo aleatoriamente (MARQUES DE MELO, 1994, p. 65).

Em relação à *coluna*, *crônica*, *caricatura* e *carta* um traço comum é a identificação da autoria. As angulagens, por sua vez, são diferentes. A *coluna* e a *caricatura*, de acordo com Marques de Melo (1994, p. 66), “emitem opiniões temporalmente contínuas, sincronizadas com o emergir e o repercutir dos acontecimentos”. A *crônica* e a *carta* estruturam-se de modo temporalmente mais defasado, ou seja, “vinculam-se diretamente aos fatos que estão acontecendo, mas seguem-lhe o rastro, ou melhor, não coincidem com o seu momento eclósivo” (p. 66). A *crônica* possui também contornos brasileiríssimos na opinião do autor (2006,

p. 70), afigurando-se como espaço privilegiado do relato poético, mas que adquire um sentido politicamente definido, tornando-se um recurso para a intervenção social incessante dos jornalistas que se alentam no território do real e se expressam mediante poesia.

Do ponto de vista da angulação, somente a caricatura e a charge – que assumem o papel de intérpretes do comportamento coletivo, ironizando o cotidiano, satirizando seus personagens, bem no estilo malicioso da gozação nacional (MARQUES DE MELO, 2006, p. 71) – estruturam-se articuladamente com o ambiente peculiar à instituição jornalística.

### 3.2A OPINIÃO DO JORNALISTA

A opinião trata da função psicológica pela qual o ser humano, informado de idéias, fatos ou situações conflitantes, exprime a respeito seu juízo (BELTRÃO, 1980, p. 14).

Parecer; voto; modo de ver; juízo; conceito que se forma acerca de uma pessoa ou coisa (FERNANDES, 1996, p. 441).

A opinião do jornalista profissional a serviço da empresa está presente em todas as edições, seja em colunas opinativas a seu cargo – como comentário, resenha, coluna, crônica, caricatura e charge – ou em reportagens e correspondência sobre fatos e situações que lhe compete cobrir como enviado especial. Estão nessa categoria de opinantes profissionais os comentaristas ou cronistas de política, esportes, economia, finanças, etc. e os críticos especializados em literatura, artes plásticas, entre outros.

Já a opinião do jornalista colaborador convidado da empresa se expressa em artigos e crônicas, como define Beltrão (1980, p. 64).

É bem verdade que quase todos os gêneros citados acima são universais, presentes na totalidade jornalística de vários países. Mas assumem caracterização própria em nosso País, segundo escreve Marques de Melo (1994, p. 95).

A essa tarefa de esboçar características de cada gênero, tal como se apresentam nas manifestações jornalísticas brasileiras, vamos nos debruçar a seguir.

### 3.2.1 Editorial

Editorial é o gênero jornalístico que expressa a opinião oficial da empresa diante dos fatos de maior repercussão no momento. É assim que define Marques de Melo (1994, p. 95).

Conforme contribuição de Raúl Rivadeneira Prada (apud MARQUES DE MELO), não é possível afirmar, como se diz popularmente, que o editorial contém a opinião do dono da empresa, visto que nas sociedades capitalistas o editorial deve refletir o consenso das opiniões que emanam dos diferentes núcleos que participam da propriedade da organização.

Além dos acionistas majoritários, há financiadores que subsidiam a operação das empresas, existem anunciantes que carregam recursos regulares para os cofres da organização através da compra de espaço, além de braços do aparelho burocrático do Estado que exerce grande influência sobre o processo jornalístico pelos controles que exercem no âmbito fiscal, previdenciário, financeiro. Assim sendo, o editorial configura-se como um espaço de contradições. Seu discurso constitui uma teia de articulações políticas e por isso representa um exercício permanente de equilíbrio semântico. Sua vocação é a de apreender e conciliar os diferentes interesses que perpassam sua operação cotidiana (MARQUES DE MELO, 1994, p. 96).

Se o editorial expressa a opinião das forças que mantêm a instituição jornalística, torna-se necessário indagar para quem se dirige em sua argumentação. Marques de Melo (1994, p. 96) nos responde esta pergunta: “é dirigido à coletividade”. Mas ressalta: isso acontece em relação às empresas que atuam nas sociedades que possuem uma opinião pública autônoma. Ou seja, que dispõem de uma sociedade civil forte e organizada, contrapondo-se ao poder do Estado.

Este não é o caso da sociedade brasileira, cuja organização política tem no Estado uma entidade todo-poderosa, presente em todos os níveis da vida social. Por isso é que os editoriais difundidos pelas empresas jornalísticas, embora se dirijam formalmente à 'opinião pública', na verdade encerram uma relação de diálogo com o Estado (MARQUES DE MELO, 1994, p. 97).

Além deste traço político-social, o editorial como gênero jornalístico tem sua identidade redacional. “Parente literário do ensaio, o editorial é, no jornal, no rádio ou

na televisão, a palavra do editor, a opinião do veículo ou da empresa” (BAHIA apud MARQUES DE MELO, 1994, p. 100).

A notícia é essencialmente objetiva: relata aquilo que sucedeu, está sucedendo ou vai suceder. O editorial, porém, apresenta uma outra dimensão, além das do tempo e do espaço que limitam a notícia, segundo nos relata Beltrão (198, p. 52): a dimensão da profundidade. Assim, tanto pode nascer da notícia como dela transcender, adiantar-se sobre ela, valendo-se de dados subjetivos e retirando de um fato, mediante a análise de suas causas e conseqüências, inferências e conclusões que apresenta como um roteiro à comunidade.

Beltrão também nos enumera quatro atributos específicos do editorial (p. 53): impessoalidade (não se trata de matéria assinada, utilizando, portanto, a terceira pessoa do singular ou a primeira do plural); topicalidade (trata de um tema bem delimitado, ainda que não tenha adquirido configuração pública); condensabilidade (poucas idéias, dando maior ênfase às afirmações, visto que o leitor, nos dias de hoje, dispõe de tempo escasso para a leitura do jornal) e plasticidade (flexibilidade, sem dogmatismos, maleabilidade).

### **3.2.2 Artigo e Crônica**

O artigo, cujas características quanto à topicalidade, estilo e natureza são idênticas às do editorial, tem também a estrutura narrativa semelhante, sendo composto por título, introdução, discussão/argumentação e conclusão, segundo análise de Beltrão (1980). Ele não implica diretamente, por outro lado, em responsabilidade para o editor.

Em regra, os autores de artigos são pensadores, escritores e especialistas em diversos campos, cujos pontos de vista interessam ao conhecimento e divulgação do editor e seu público típico. Martín Vivaldi (apud MARQUES DE MELO, 1994, p. 117) caracteriza o artigo como sendo um "escrito, de conteúdo amplo e variado, de forma diversa, na qual se interpreta, julga ou explica um fato ou uma idéia atuais, de especial transcendência, segundo a conveniência do articulista". Nesse conceito de Vivaldi, dois elementos são específicos ao artigo jornalístico: 1) *atualidade* – o articulista tem liberdade de conteúdo e de forma, mas ele deve tratar

de fato ou idéia da atualidade. 2) *opinião* – a significação maior do gênero está contida no ponto de vista de alguém que expõe. E essa avaliação não pode estar oculta, deve apresentar-se claramente. Assim, “a opinião ali emitida vincula-se à assinatura do autor; o leitor a procura exatamente para saber como o articulista pensa e reage diante da cena atual” (Ibid, p. 118).

Quanto à finalidade, o artigo toma duas feições: doutrinário ou científico.

O artigo doutrinário seria aquele popularmente conhecido como artigo jornalístico e que se destina a analisar uma questão da atualidade, sugerindo ao público uma determinada maneira de vê-la ou de julgá-la. “É uma matéria através da qual o articulista participa da vida da sua sociedade, denotando a sua condição de intelectual compromissado com o presente” (MARQUES DE MELO, 1994, p. 119). O artigo científico, por sua vez, destina-se a tornar público o avanço da ciência, repartindo com os leitores novos conhecimentos, novos conceitos. Não é comum a publicação de artigos científicos nas edições diárias dos periódicos.

Quanto à crônica, no jornalismo brasileiro, trata-se de um gênero totalmente definido. Sua configuração contemporânea permitiu a alguns estudiosos proclamarem que se trata de um gênero tipicamente verde-amarelo, não encontrando equivalente na produção jornalística de outros países.

Conforme Beltrão (1980, p. 66), crônica é a forma de expressão do jornalista/escritor para transmitir ao leitor seu juízo sobre fatos, idéias e estados psicológicos pessoais e coletivos. É menos ambiciosa que o artigo e menos rígida, pois na exposição e interpretação do tema abordado não se eleva a generalizações teóricas. O comentário é leve, concreto, incisivo; as conclusões oferecem normas e julgamentos específicos e diretos.

Ralph Lowenstein (apud BELTRÃO 1980, p. 66) assim a define:

O noticiário representa para o jornalista o seu pão de cada dia... a crônica representa a sobremesa. Ela permite ao jornalista afastar-se do controle frio, analítico e objetivo do noticiário e trabalhar com o coração. Dá-lhe boa oportunidade de ser subjetivo, emotivo, terno e, sobretudo, criador.

Como os demais gêneros jornalísticos, a crônica está visceralmente ligada à atualidade e apresenta características fundamentais, como aponta Marques de Melo (1994, p. 155): fidelidade ao cotidiano (pela vinculação temática e analítica que

mantém em relação ao que está ocorrendo) e crítica ao social (que corresponde a entrar fundo no significado dos atos e sentimentos do homem).

### 3.2.3 Comentário e Coluna

Gênero só recentemente introduzido no Brasil<sup>17</sup>, o comentário atendeu a uma exigência da mutação jornalística que se processou através da rapidez na divulgação das notícias (rádio e televisão). Informado rapidamente e resumidamente dos fatos que estão acontecendo, o cidadão sente-se desejoso de saber um pouco mais e quer orientar-se sobre o desenrolar das ocorrências.

O comentarista, segundo Marques de Melo (1994), é geralmente um jornalista com grande experiência, que acompanha os fatos não apenas na sua aparência, mas possui dados sempre disponíveis ao cidadão comum. Trata-se de um observador privilegiado, com condições para descobrir certas tramas que envolvem os acontecimentos e oferece-las à compreensão do público. É também um profissional que possui farta bagagem cultural e, portanto, tem elementos para emitir opiniões e valores capazes de credibilidade. Atua, assim, como líder de opinião.

Assim, criando vínculos com os receptores, o comentarista torna-se um ponto de referência permanente.

A vigência do comentário é uma função da projeção do comentarista. Suas avaliações da conjuntura são buscadas porque o cidadão quer saber como comportar-se diante dos acontecimentos, reforçando seus pontos de vista ou procurando conhecer novos prismas para entender a cena cotidiana (MARQUES DE MELO, 1994, p. 107).

O comentário tem sua própria especificidade enquanto estrutura narrativa do cotidiano. Trata-se de gênero que mantém vinculação estreita com a atualidade,

---

<sup>17</sup> É em meados da década de 60 que a imprensa brasileira passa por um período de modernização. Além de incorporar as novas conquistas tecnológicas, absorve também alguns dos padrões do jornalismo norte-americano, entre os quais o tipo de unidade redacional assinada por um jornalista competente que se torna, pouco a pouco, personalidade pública pelas opiniões que emite. O surgimento do comentário no jornalismo brasileiro afigura-se como espaço propício para a expressão opinativa dos seus profissionais. As oportunidades para a manifestação de opinião em nossos veículos jornalísticos sempre estiveram acessíveis apenas aos grandes intelectuais ou aos repórteres destacados (MELO, 1994, p. 108).

sendo produzido em cima dos fatos que estão acontecendo, ou seja, explicando as notícias, seu alcance, suas circunstâncias, suas conseqüências.

A caracterização do colunismo na imprensa brasileira, por sua vez, dá margem à ambigüidade, segundo o autor. Isso porque há uma tendência geral para chamar de coluna toda seção fixa. Assim sendo, a coluna abrange, segundo essa noção, o comentário, a crônica e, até mesmo, a resenha.

Historicamente, a coluna originou-se dentro da antiga diagramação vertical, em que as matérias eram dispostas de cima para baixo. Hoje, com a diagramação horizontal, a coluna já não ocupa mais o espaço disposto verticalmente esse alaga pelo espaço fronteiro.

Rabaça e Barbosa (1978) afirmam que a coluna é a seção especializada de jornal ou revista, publicada com regularidade, geralmente assinada, e redigida em estilo mais livre e pessoal do que o noticiário comum. Compõem-se de notas, sueltos, crônicas, artigos ou textos-legendas. As colunas mantêm um título ou cabeçalho constante, e são diagramadas geralmente numa posição fixa e sempre na mesma página, o que facilita a sua localização imediata pelos leitores.

Trata-se, portanto, de um mosaico, estruturado por unidades curtas de informação e de opinião, caracterizando-se pela agilidade e pela abrangência. “Na verdade, a coluna cumpre hoje uma função que foi peculiar ao jornalismo impresso antes do aparecimento do rádio e da televisão: o furo” (MARQUES DE MELO, 1994, p. 136). Ela procura trazer fatos, idéias e julgamentos em primeira mão, antecipando-se à sua apropriação pelas outras seções dos jornais.

Nas palavras de Marques de Melo,

a coluna tem como espaço privilegiado os bastidores da notícia, descobrindo fatos que estão por acontecer, pinçando opiniões que ainda não se expressaram, ou exercendo um trabalho sutil de orientação da opinião pública (1994, p. 137)

Do ponto de vista estrutural, a coluna é um complexo de mini-informações. Fatos relatados com muita brevidade. Comentários rápidos sobre situações emergentes. Pontos de vista apreendidos de personalidades do mundo noticiosos. “Trata-se de uma colcha de retalhos, com unidades informativas e opinativas que se articulam. São pílulas, flashes, dicas”, completa Marques de Melo (1994, pg. 138).



### 3.2.4 Resenha e Carta

O gênero jornalístico que se convencionou a chamar de resenha corresponde a uma apreciação das obras-de-arte ou dos produtos culturais, com a finalidade de orientar a ação dos consumidores. É exercida, no Brasil, por jornalistas que desempenham atividades vinculadas ao campo privilegiado de análise, o que os torna competentes para este trabalho.

O termo resenha, na verdade, ainda não se generalizou no país. Persiste o emprego das palavras *crítica* para significar as unidades jornalísticas que cumprem aquela função e *crítico* para designar quem as elabora. É por isso que Afrânio Coutinho (apud MARQUES DE MELO, 1994, p. 128) faz questão de ressaltar a diferença entre elas.

A resenha (antigamente chamada de rodapé literário) é atividade propriamente jornalística que se caracteriza por ser um 'comentário breve', quase sempre permanecendo 'à margem' da obra ou não saindo do 'propósito'. Enquanto isso, a crítica 'exige diferentes métodos e critérios que tornam o seu resultado incompatível com o exercício periódico e regular em jornal, e mais incompatível com o próprio espírito do jornalismo, que é informação, ocasional e leve'.

A resenha configura-se, portanto, como um gênero jornalístico destinado a orientar o público na escolha dos produtos culturais em circulação no mercado. Não tem a intenção de oferecer julgamento estético, mas de fazer uma apreciação ligeira, sem entrar na sua essência enquanto bem cultural.

O caráter multifacetado da resenha pode ser apreendido na lista de funções que Todd Hunt (apud MARQUES DE MELO, 1994, p. 129) lhe atribui. Na sua maneira de ver, a resenha cumpre as seguintes funções:

a) Informa, proporcionando conhecimento sobre o que está em circulação no mercado cultural; b) Eleva o nível cultural, pelo caráter didático com que aprecia os bens culturais, despertando muitas vezes o senso crítico; c) Reforça a identidade comunitária, fazendo o julgamento das obras segundo padrões peculiares à comunidade; d) Aconselha como empregar melhor os recursos dos consumidores, fazendo-os recusar os produtos de baixa qualidade; e) Estimula e ajuda os artistas, elogiando o bom desempenho ou enfatizando falhas e imperfeições; f) Define o que é novo, distinguindo os produtos tradicionais dos lançamentos; g) Documenta para a história; h) Diverte, porque resgata situações inusitadas, cômicas ou hilariantes, desde que realizados com humor.

A sessão de cartas, por sua vez, tem participação inexpressiva nos jornais e periódicos da atualidade. É verdade que a opinião do leitor muitas vezes aparece através de amostragens, nas enquetes que são realizadas a propósito de temas que ganham o interesse geral. Embora com espaço reduzido, a carta é, contudo, aquele espaço em certo sentido democrático, ao qual cada leitor/receptor pode recorrer.

Todas as cartas que chegam aos jornais, segundo Marques de Melo (2004, p. 179), são conferidas, identificadas e avaliadas. “As anônimas não merecem qualquer atenção. As outras passam pelo crivo da verificação e são publicadas de acordo com critérios que privilegiam, geralmente, a projeção social do missivista”.

### **3.2.5 A opinião ilustrada**

Abordaremos agora como os outros profissionais da comunicação – cujo instrumento de trabalho não é a datilografia e cujos signos através dos quais elaboram e lançam sua mensagem não são os alfabéticos – contribuem com a expressão de seus juízos nos veículos do jornalismo impresso.

Referimo-nos aos fotógrafos e aos desenhistas, que constituem a equipe de ilustração dos periódicos. Profissionais que documentam a realidade do momento pela imagem.

O uso da figura como instrumento de opinião atende, muitas vezes, ao imperativo de influenciar um público maior que aquele dedicado à leitura atenta dos gêneros opinativos convencionais, conforme sugere Marques de Melo (1994, p. 162).

Para uma maior reflexão, vale ressaltar também a opinião de Barros Filho (1995) – idéia galgada nos pressupostos teóricos de A. Gauthier – para quem nenhum elemento informativo pode ter maior aparência de objetividade (ilusão ou simulacro do real) que a imagem.

Associada ou não ao texto informativo, a imagem tende a apagar o sujeito [...] ela exige uma apresentação direta, exige que a recebamos como objeto soberano: ela fornece o material e a forma como dados inevitáveis [...] sua duplicação, sua visibilidade, sua transparência são trunfos centrais (GAUTHIER apud BARROS FILHO, 1995, p. 82).

É preciso explicar, no entanto, que nem toda imagem inserida na imprensa tem função opinativa. Alguns dos recursos gráficos utilizados são meramente informativos ou explicativos, tais como mapas, que permitem a localização de um fato; gráficos, que procuram demonstrar tendências estatísticas; desenhos, que buscam reproduzir objetos, paisagens ou até traços fisionômicos e fotografias, que fazem um registro denotativo do acontecimento.

### 3.2.5.1 Fotógrafos

Henri Cartier-Bresson (apud BELTRÃO, 1980, p. 72), um dos maiores nomes do jornalismo fotográfico, afirma com autoridade.

A máquina fotográfica permite realizar uma espécie de crônica visual. Nós, repórteres fotográficos, somos pessoas que fornecemos *notas* a um mundo apressado, carregado de preocupações, propenso à cacofonia. O resumo do pensamento que é a linguagem fotográfica tem grande poder. Mas *trazemos também um julgamento sobre o que vemos* e isso implica grande responsabilidade.

Ao contrário do que muitos imaginam, a partir do momento em que um profissional se ligou à câmera, o equipamento assume um ponto de vista particular. E, uma vez dotado de um ponto de vista, somos todos livres para questionar o que ele diz. Beltrão nos confirma isso em seu relato.

No momento em que o fotógrafo escolhe uma posição para tirar sua foto – mesmo pela simples postura que escolha – ele inicia o processo de expressão, vale dizer, de alterar a imagem. A luz que seleciona, a hora do dia ou a iluminação artificial preparada, sua escolha de lentes e, portanto, o escopo da foto, sua direção, ou ainda o clima que escolha para individualizar o campo de batalha ou o trigal, ou a mesa de debates de uma indústria à beira da greve – todos esses *elementos refletem seu ponto de vista pessoal* (1980, p. 74).

Do mesmo pensamento comungam Patrice Habans e Jacques de Rottier (apud BELTRÃO, 1980, p. 72). “Você não pode dissociar a fotografia do fotógrafo que, por sua vez, não pode nunca ser neutro ou indiferente: suas simpatias ou antipatias mais ou menos transparecem”.

A fotografia quer como arte, registro de época ou testemunho social nada mais é que uma forma de expressão, expressão do registrado e de quem a registra. Para Roland Barthes (apud BELTRÃO, 1980, p. 74), o conteúdo da fotografia é, por definição, a própria cena, o real literal. “Do objeto à sua imagem, há decerto uma redução: de proporção, de perspectiva e de cor. Mas essa redução não é, em nenhum momento, uma transformação” (Ibid).

Lembra Barthes que toda arte imitativa (desenho, cinema, teatro) expressa em mensagens sem códigos, desenvolve de maneira imediata e evidente, além do próprio conteúdo analógico uma mensagem suplementar.

### 3.2.5.2 Chargistas

Segundo Flôres (2002, p. 10) a charge é, sobretudo, desenho, caricatura, utilizando-se da linguagem escrita, suplementarmente. Caracteriza-se pela linguagem polêmica, pelo grande número de implícitos que introduz no texto e pelo tanto de atenção que exige do leitor. “Sem dúvida, inúmeras vezes desperta riso, mas seu ponto forte é o tanto que desperta de reflexão” (Ibid, p. 8).

Sua temática, em geral, versa sobre o cotidiano – questões sociais que afligem, irritam, desgostam, confundem. Essas questões focalizam os universos de referência do público, expondo testemunhos, registrando perplexidades, apontando falhas, satirizando pontos de vista. O discurso da charge dirige-se a sujeitos socialmente situados, pois só na medida em que os são tornam-se receptores capazes de decodificar as referências propostas.

O profissional (autor da charge) é quem assina a matéria. Ele não se manifesta diretamente, a não ser através de sua rubrica.

Indiretamente, dá rumo à narrativa, estabelecendo de que modo e através de que recursos o narrador fará os comentários, o estilo do texto, o seu desenrolar, o enfoque assumido e a temática abordada, quer utilize palavras e ilustrações, quer faça uso apenas de ilustrações (FLÔRES, 2002, p. 15).

Quando comparadas ao livro, as manifestações da sátira no jornalismo são mais efêmeras, segundo aponta Beltrão (1980, p. 81), uma vez que no livro, em

geral, o objeto é um personagem em toda a sua inteireza ou uma situação histórica e, portanto, documenta para a posterioridade. No jornal as ocorrências satirizadas são episódicas, resultam de rápidas mutações e da transitoriedade de fatos que não chegam a uma cristalização definitiva.

Por isso, a sátira jornalística só é bem entendida e aplicada aos fatos atuais: ninguém pode penetrar com êxito todo o significado das tiradas dos jornalistas ou os desenhos humorísticos dos chargistas do II Reinado contra o nosso sábio monarca Pedro. Neles, sem dúvida, apreciamos a arte literária ou o desenho do seu autor, mas a falta de atualidade, o conhecimento que já possuímos do resultado final do conflito de opiniões em jogo, não nos levará a uma ação participante, que é o objetivo último do jornalismo (BELTRÃO, 1980, p. 81).

As proposições de Beltrão nos mostram que a informação expressada pelo cômico envelhece rapidamente. A charge, desatrelada aos fatos do dia, não serve para a posterioridade como fonte informação.

Enquanto gênero jornalístico, cumpre uma função social mais profunda que a emissão rotineira da opinião nos veículos de comunicação coletiva. “É que a imagem, na imprensa, motiva de tal modo o leitor e produz uma percepção tão rápida da opinião que se torna instrumento eficaz de persuasão” (MARQUES DE MELO, 1994, p. 166).

Compreender os gêneros jornalísticos significa, portanto, estabelecer comparações, buscar identidades, indagar procedências. Daí a preocupação que tivemos em detalhar, caso a caso, os diversos gêneros opinativos. No próximo capítulo abordaremos especificamente a charge, suas variações e implicações.

#### 4 CHARGE – CARICATURA – CARTUM

Antes de iniciar uma abordagem específica sobre a charge, faz-se necessária a diferenciação entre charge, caricatura e cartum. Essa preocupação em distingui-los se faz oportuna dada a utilização que se observa de um termo por outro, indiscriminadamente. Compreensível, até certo ponto, esta confusão terminológica, visto que os três têm em comum o humor e a visualização.

Rabaça & Barbosa (1978) definem o termo caricatura (designação geral e abrangente) como uma forma de arte que se expressa através do desenho, da pintura, da escultura, etc., e cuja finalidade é o humor. Nessa concepção, são subdivisões da caricatura a charge, o cartum, o desenho de humor, a tira cômica, a tira em quadrinhos de humor e a própria caricatura, vista de uma forma mais particularizada.

Ainda de acordo com os autores, a caricatura<sup>18</sup> propriamente dita é uma representação da fisionomia humana com características humorísticas, cômicas ou grotescas. Para Fonseca, “é um desenho que, pelo traço, pela seleção criteriosa de detalhes, acentua ou revela certos aspectos ridículos de uma pessoa” (1999 p. 17).

A charge é um tipo de cartum cujo objetivo é satirizar, criticar humoristicamente um fato específico, tal como uma idéia, um acontecimento, situação ou pessoa, em geral de caráter político, que seja do conhecimento público. O conhecimento prévio, por parte do leitor, do assunto da charge é, quase sempre, um fator essencial para sua abordagem. Portanto, seu caráter é temporal, pois trata do fato do dia.

O cartum, segundo Fonseca (1999), é um desenho caricatural que apresenta uma situação humorística, utilizando, ou não, legendas. Seu objetivo é provocar o riso do espectador; e sendo uma das manifestações da caricatura, ele

---

<sup>18</sup> O termo caricatura provém do italiano, possivelmente do verbo *caricare* (fazer carga) e apareceu pela primeira vez numa série de desenhos dos irmãos Caracci, de Bolonha, Itália, nos fins do século 16. A característica de exagerar as feições humanas, ridiculariza-las ou fazê-las cômicas, porém, vem de épocas imemoriais. Nas pinturas rupestres, estudiosos acreditam descobrir nos artistas das cavernas intenções de ‘caricaturar’ as figuras com que representavam os inimigos. As máscaras do teatro grego também já eram caricaturais pelo seu exagero expressivo. (RABAÇA & BARBOSA, 1978). Na América Latina, a caricatura estabeleceu-se na metade do século XIX, embora algumas tentativas efêmeras tenham acontecido nos primeiros anos do século, principalmente na Argentina. O impulso inicial foi dado por caricaturistas imigrantes espanhóis e portugueses. No Brasil, a coisa foi mais demorada, devido às fortes restrições impostas pela Coroa Portuguesa, vigorantes até a independência. O desenvolvimento maior ocorreu no império de Dom Pedro II, na segunda metade do Século XIX (FONSECA, 1999, p. 63).

chega ao riso através da crítica mordaz, satírica, irônica e principalmente humorística do comportamento do ser humano, das suas fraquezas, dos seus hábitos e costumes. Em contraposição à charge, é atemporal e é universal, pois não se prende necessariamente aos acontecimentos do momento.

O humorista Chico Caruso<sup>19</sup> (apud PAGLIOSA, 2004, p. 133) distingue o cartum, a charge e a caricatura, comparando-os à fotografia. Caruso apresenta o cartum como uma máquina fotográfica focada no infinito, gerando uma possibilidade de compreensão desse infinito muito maior, pelo fato de focar uma realidade bem mais genérica. A charge, por outro lado, focaliza uma determinada realidade, na grande maioria das vezes política. A essa charge só é atribuída significação pelos “leitores” que têm conhecimento do mundo circundante. Já a caricatura focaliza um elemento dessa determinada realidade focada pela charge.

Pode-se sintetizar as diferenças do que até agora foi exposto, considerando a função que cada um desempenha, da seguinte forma:

- a) *Cartum*: voltado para a crítica de costumes, focalizando uma realidade genérica e por isso mesmo atemporal. Veja o exemplo na figura abaixo.



Figura 1: Exemplo de cartum

Fonte: Este cartum de Leandro Roble foi feito para a Revista INFO de abril de 2007. Disponível em: <<http://www.escoladeanimais.com/blog/2007/04/cartum.htm>>. Acesso: 09 set. 2007.

<sup>19</sup> Francisco Caruso, conhecido como Chico Caruso, (São Paulo, 1949) é um cartunista, chargista, caricaturista, músico e humorista brasileiro. Começou a publicar os seus desenhos no final da década de 1960, na Folha da Tarde. Passou pelos periódicos Opinião, Movimento, Gazeta Mercantil, IstoÉ, Veja, Jornal do Brasil e O Globo, este último a partir de 1984, onde permanece até hoje.

- b) *Charge*: direcionada à crítica a um personagem, fato ou acontecimento político específico, circunscrita a uma limitação de tempo. Veja o exemplo:

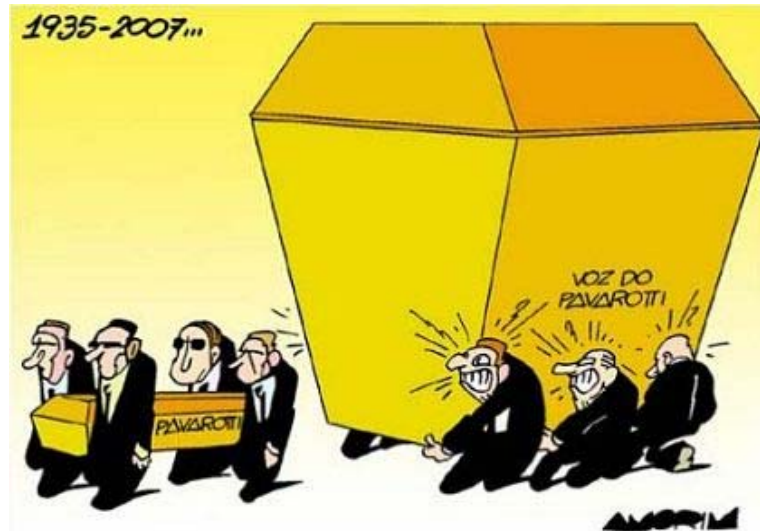


Figura 2: Exemplo de charge

Fonte: Esta charge do Amorim foi publicada no jornal Correio do Povo em 09/09/2007.  
Disponível em: <<http://www.chargeonline.com.br/php/DODIA/amorim.jpg>>. Acesso: 09 set. 2007.

- c) *Caricatura*: compreendida como o exagero proposital das características marcantes de um indivíduo. Veja o exemplo abaixo:



Figura 3: Exemplo de caricatura

Fonte: Esta caricatura de Eduardo Baptista recebeu o prêmio de 1º lugar na categoria caricatura no 32º Salão Internacional de Humor, realizado em 2005.  
Disponível em: <<http://www.salaodehumordepiracicaba.com.br>>. Acesso: 09 set. 2007.



Feita a diferenciação entre os três termos propostos inicialmente, reservam-se à charge considerações mais minuciosas.

A charge é uma forma de comunicação condensada, abarca informações, cujo entendimento depende de um conjunto de dados e fatos contemporâneos ao momento em que se estabelece a relação discursiva entre produtor e receptor.

Para compreender a charge é necessário o conhecimento do assunto tratado, das pessoas nela representadas e do contexto, pois ela leva em conta o fato noticiado ao qual se vincula. Assim, é imprescindível que o desenho tenha suficiência de dados, fornecidos pelos detalhes. A caracterização do ambiente, dos personagens, e as marcas simbolizando o tema são suportes necessários à interpretação adequada. São esses os dados explícitos que vão possibilitar a leitura dos implícitos (GHILARDI, 1995/1996, p. 87).

Como as idéias contidas nas charges só fazem sentido se vinculadas ao noticiário, o chargista precisa acompanhar os acontecimentos tão de perto quanto o editorialista, o comentarista ou o articulista. Necessita, também, ter os olhos críticos e perceber quais os interesses da população, o que cada leitor gostaria de dizer e não tem espaço para fazê-lo.

A mensagem contida é eminentemente interpretativa e crítica e, pelo seu poder de síntese, pode ter às vezes o peso de um editorial<sup>20</sup>. Na imprensa norte-americana a charge geralmente reproduz o editorial. No caso brasileiro o fenômeno não se apresenta com tais características. Os nossos chargistas geralmente gozam de independência para produzir seus desenhos caricatos.

Além disso, a charge usa, quase sempre, os elementos da caricatura, o que nunca acontece com o cartum, onde os bonecos são a representação de um tipo de ser humano e não de uma pessoa específica (RABAÇA & BARBOSA, 1978).

Enquanto gênero jornalístico, segundo Marques de Melo (1994, p. 166), cumpre uma função social mais profunda que a emissão rotineira da opinião nos veículos de comunicação coletiva. “É que a imagem, na imprensa, motiva de tal modo o leitor e produz uma percepção tão rápida da opinião que se torna instrumento eficaz de persuasão”.

---

<sup>20</sup> Na imprensa norte-americana, a charge aparece geralmente na página editorial, espaço reservado para as matérias de natureza opinativa. De acordo com Bond (apud MELO, 1994, p. 169), a charge reproduz o editorial. Ou seja, o chargista faz uma leitura visual da opinião da instituição jornalística, naquele dia, e a expressa graficamente. “Trata-se de uma tentativa para fazer o leitor comum, nem sempre interessado pelo editorial, tomar conhecimento da opinião oficial da imprensa”.

Trata-se, além disso, segundo Flôres (2002, p. 14), de um texto usualmente publicado em jornais sendo, geralmente, constituído por um quadro único. A ilustração mostra os pormenores caracterizadores de personagens, situações, ambientes e objetos. Os comentários relativos à situação representada aparecem por escrito. Assim, conforme o autor,

escrita/ilustração integram-se de tal modo que por vezes fica difícil, senão impossível, ler uma charge e compreendê-la, sem considerar os dois códigos complementarmente, associando-os à consideração do interdiscurso que se faz presente como memória, dando uma orientação ao sentido num contexto dado – aquele e não outro qualquer.

A gênese do narrador se dá com a própria charge, sendo ele (narrador) responsável pelo jogo interativo com o leitor, incumbindo-se de compor o texto, distribuir desenho e escrita, estabelecer os graus de participação de cada linguagem, tipificar e definir personagens, enfim dar voz, expressão e personalidade as suas criações. Ao narrador, cabe estabelecer vínculo entre texto e contexto.

Portanto, conforme as palavras de Ghilardi,

a charge é o discurso humorístico que valoriza a ilustração, a caricatura e coloca em dúvida questões de ideologia, poder, sentimentos, personalidade, enquanto ri da própria dúvida. É, outrossim, uma proposta de reflexão e contém, inerente a si, todo um complexo ideológico, não só do de seu autor ou do veículo que a publica, mas também da sociedade na qual se insere. Para entendê-la o leitor deve procurar enxergar por trás de um simples traço, uma denúncia; de uma gargalhada, um problema; do humor, uma crítica (1995/1996, p. 92).

#### **4.1 A CHARGE E SEU CARÁTER VISUAL E VERBAL**

A charge tem como características essenciais o fato de ser uma manifestação de caráter visual da capacidade textual do homem. Enquanto texto visual desenhado, é portador de marcas comuns a todos os desenhos.

O caráter icônico da charge, de acordo com Pagliosa (2004, p. 136), pode ser convertido a elementos gráficos mínimos como o ponto, as linhas (verticais, horizontais), e as massas (superfícies escuras ou hachuras), que variam de intensidade e podem ser expressas das mais diferentes formas. “Esses elementos

mínimos que compõem a imagem isoladamente nada significam ou representam”, segundo a autora, pois “é na sua combinação, quando cada elemento assume valor na sua relação com outros, que se tem o que se pode chamar de sintagma icônico” [mensagem nas quais os signos escolhidos se combinam].

São esses elementos mínimos combinados entre si, trabalhados pela mão do desenhista, que formam a imagem do texto chárstico. Como diz Cagnin (apud PAGLIOSA, 2004, p. 137): “a elaboração manual revela a intencionalidade do desenhista na emissão do ato sêmico e transforma o desenho em mensagem icônica, carregando em si, além das idéias, a arte, o estilo do emissor”.

É importante que se observe ainda que a charge, como mensagem icônica, só será codificada na medida em que a representação dada for percebida e relacionada a outros contextos pelo público leitor.

Embora não seja uma característica constante desse gênero discursivo, há charges que são constituídas apenas de ilustração. Como o exemplo a seguir:

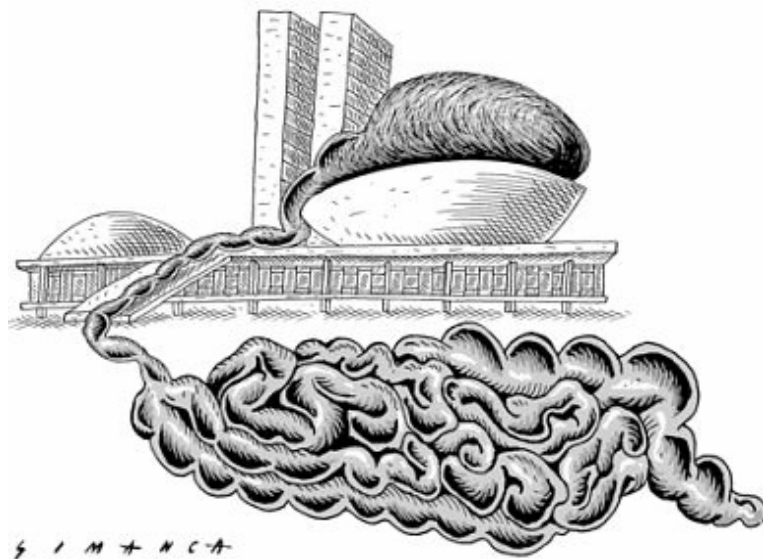


Figura 4: exemplo de charge sem texto

Fonte: Esta charge do Simanca foi feita originalmente para o jornal A TARDE (BA)  
Disponível em: < <http://www.chargeonline.com.br/semana/simanca290607.jpg>>. Acesso: 09 set. 2007.

Mas, a charge pode apresentar também a justaposição entre ilustração e escrita, que se auxiliam na busca da produção do sentido humorístico. Conforme Pagliosa (2004, p. 139), os signos lingüísticos presentes na charge representam as falas das personagens – normalmente dentro de balões – e os diferentes tipos de

ruídos, aparecendo também nas legendas e em diferentes figuras componentes do quadro. “Não dá para esquecer que, além da representação da fala das personagens, outra função do elemento verbal na charge é o ruído – o bater de uma porta, o tiro de uma arma de fogo, a gargalhada, etc”. Ou seja, é o uso de onomatopéias que confere à charge um caráter de discurso audiovisual, permitindo uma comunicação mais realista e direta. Menos freqüente do que os balões, o elemento verbal pode aparecer, ainda, como legenda.

## 4.2 O CÔMICO: PRESSUPOSTOS TEÓRICOS

O ser humano tem duas características que o diferenciam dos outros animais: é o único que sabe que vai morrer e que ri. Será que o riso não existe exatamente para consolá-lo dessa amarga tristeza?

Georges Minois

Não há comicidade fora do que é propriamente humano.

Henri Bergson

O riso é uma filosofia. Muitas vezes o riso é uma salvação. E em política constitucional, pelo menos, o riso é uma opinião.

Eça de Queiroz

Pense na última vez que você riu. Foi por alguma situação engraçada? Ou por alguma piada? Ou por uma sátira que viu na TV ou leu no jornal? Talvez por nenhuma dessas razões. Muito provavelmente não houve uma razão especial e você riu ou sorriu ao cumprimentar alguém, quando conversava com amigos ou quando brincava com alguém.

O riso é universal na espécie humana e uma das coisas mais comuns que fazemos. Nós rimos muitas vezes por dia e em situações extraordinariamente diversas, mas não percebemos isso, porque raramente controlamos conscientemente o nosso riso. Achamos graça essencialmente em situações sociais e geralmente em momentos de felicidade, prazer e brincadeiras, mas sabemos que ele é muito mais do que apenas uma mera manifestação de alegria.

O riso também atenua hostilidade e agressão (repare como utilizamos o riso quando queremos amainar uma típica tensão entre estranhos ou necessitamos dizer

não a alguém). Ele desarma as pessoas, cria uma ponte entre elas e facilita o comportamento amigável.

Estas e outras considerações indicam que o riso é um elemento importante de nossa biologia comportamental humana. Entendê-lo significa compreender as nossas raízes sociais e biológicas e aprimorar as nossas relações em sociedade.

É por isso que muitas teorias sobre o humor têm sido produzidas ao longo da história da humanidade. Desde Platão, Aristóteles – especialmente na sua Poética – o texto humorístico chama a atenção dos estudiosos. Mas, na opinião de Raskin (apud PAGLIOSA, 2004), somente nos últimos anos vem se produzindo uma pesquisa mais satisfatória e sistemática sobre o assunto. Conforme o autor é a partir de Freud que se pode falar em pesquisa sobre o humor, muito embora tudo o que se disse até então tenha servido de base para o atual estágio de investigação<sup>21</sup>.

Estudado a séculos por muitas áreas do conhecimento humano, o riso sempre esteve envolto em mistério. Por vezes agressivo, sarcástico, escarnecedor, por outras tantas vezes amigável e angélico. Tomando as formas da ironia, do burlesco, do grotesco, ele é multiforme, ambíguo, seguidamente atemporal, indo da alegria ingênua à gloriosa maldade.

O interesse desta subseção está em colocar lado a lado duas concepções a respeito do cômico – de Sigmund Freud e Henri Bérghson – sublinhando a contribuição dos teóricos sobre a questão.

#### **4.2.1 Freud – Humor na psicanálise**

O que se deve considerar, antes de tudo, é que o interesse de Freud pelo cômico está estreitamente relacionado com aquilo que nele pode servir para ilustrar os próprios procedimentos psíquicos. Ao considerar o humor como um dos modos de liberação de tensões ou como depreciação, o autor reconhece no cômico, também, um fenômeno social.

---

<sup>21</sup> Embora só após Freud se possa falar em pesquisa sobre o humor, o interesse por ele vem desde os gregos e romanos, o que se confirma em suas discussões filosóficas e em seu teatro. Haig (1988 apud PAGLIOSA 2004) escreve que Platão discutiu a relação entre a experiência do alívio da coceira e a apreciação do lúdico pelo ato de coçar. Assim, a dor/prazer provoca alívio. Haig ainda afirma que Aristóteles, vendo a malícia como essencial ao riso, distingue a comédia da sátira injuriosa. Sustenta que o humor não deveria ser usado para ofender, no entanto seria muito útil para destruir os argumentos do oponente num debate.

Em Freud, o cômico é estudado ao lado do próprio chiste – ordinariamente considerado como uma subespécie do outro. Diferentemente do chiste que é *feito*, o cômico é *descoberto, constatado*, precisando de apenas duas pessoas para acontecer – além de mim, a pessoa em que constato algo de hilariante –, ao contrário do chiste, que necessita de pelo menos três pessoas. Algumas definições adotadas por Freud em seu livro *Os chistes e sua relação com o inconsciente* serão aqui transcritas:

[Um chiste] é algo cômico de um ponto de vista inteiramente subjetivo, [isto é], algo que nós produzimos, que se liga a nossa atitude como tal, e diante de que mantemos sempre uma relação de sujeito, nunca de objeto, nem mesmo objeto voluntário (LIPPS apud FREUD 1995, p. 17).

Ou ainda:

[Chiste] é a habilidade de fundir, com surpreendente rapidez, várias idéias, de fato diversas umas das outras tanto em seu conteúdo interno, como no nexa com aquilo a que pertencem (FISCHER apud FREUD 1995, p. 17).

Freud dividiu os chistes quanto a seus propósitos em ‘inocentes’ (têm um fim em si mesmos, não servem a um objeto particular e colocam o problema de forma mais pura) e ‘tendenciosos’ (servem a um fim específico).

O agradável efeito dos chistes inocentes é em regra um efeito moderado, segundo Freud (1995, p. 97), “um nítido sentido de satisfação, um leve sorriso, é tudo o que em geral podem obter de seus ouvintes [receptores]”. Um chiste não tendencioso dificilmente merecerá a subida explosão de riso que torna os chistes tendenciosos irresistíveis. Como ambos os tipos podem ter a mesma técnica, podemos suspeitar de que os chistes tendenciosos, em virtude de seu propósito, devem ter fontes de prazer disponíveis, às quais os chistes inocentes não teriam acesso.

Os tendenciosos – apenas estes correm o risco de encontrar pessoas que não querem ouvi-los ou lê-los – foram classificados nos seguintes tipos: hostis (servindo ao propósito de agressividade, sátira ou defesa), obscenos (servindo ao propósito de desnudamento) cínicos (blasfêmia) e céticos (crítica).

Os chistes, como já citado anteriormente, requerem três pessoas: a que faz o chiste, a que é tomada como objeto da agressividade e a terceira, considerada indispensável para a contemplação do processo, que desfruta da sensação de prazer. Esta terceira pessoa deve estar inclinada a divertir-se, afastando-se quaisquer interferências que possam provocar sentimentos opostos ao que o chiste se propõe – prazer. A segunda pessoa, entretanto, pode estar ausente.

Além disso, embora a elaboração do chiste seja um excelente método de derivar prazer dos processos psíquicos, é, não obstante,

evidente que nem todas as pessoas sejam capazes de utilizar tal método: a elaboração do chiste não está ao dispor de todos e apenas alguns dispõem dela consideravelmente; estes últimos são distinguidos como tento 'espírito' [o espírito aparece nesta conexão como capacidade especial] (FREUD, 1995, p. 135).

Antes de tratarmos especificamente sobre o cômico, faz-se pertinente uma reflexão sobre as particularidades de cada um. Segundo Freud (1995, p. 138), ninguém se contenta em fazer um chiste apenas para si. Um impulso de contar o chiste a alguém está inextricavelmente ligado à elaboração do chiste. No caso do cômico, “se alguém acha alguma coisa cômica, pode divertir-se consigo mesmo” (Ibid).

Podemos constatar, de acordo com o mesmo autor, outra especificidade dos chistes que os distinguem do cômico.

Se encontro algo cômico, posso rir gostosamente, embora seja verdade que também me satisfaço se posso fazer alguém mais rir, contando-lhe o fato. Mas eu próprio não posso rir de um chiste que me tenha ocorrido, ou que eu tenha inventado, a despeito do inequívoco prazer que o chiste me dá. É possível que minha necessidade de comunicar o chiste a mais alguém esteja de algum modo conectada à gargalhada que produz, gargalhada esta que me é negada mas que se manifesta em outra pessoa (p. 138).

O *ingênuo* é a primeira forma de cômico estudada por Freud. Como a própria comicidade, o *ingênuo* é descoberto, constatado e não produzido, como o chiste. “Ele é, contudo, mais puro, no sentido que, em contraste com o cômico, não está implicado nele nenhuma vontade ou intenção por parte daquele que provoca o riso” (PEREIRA, 1997, p. 21). Ou seja, ele se produz sem a nossa intervenção nos atos ou palavras de outras pessoas.

A ingenuidade coincide com o chiste na expressão e no conteúdo, como por exemplo, através de um equívoco. Quanto ao processo psíquico da primeira pessoa [isto é, aquela que conta e provoca o riso] ele não existe no ingênuo, pois a *pessoa ingênua* [grifo do autor] [uma criança, por exemplo] *não possui nenhum 'arrière pensée'*, nenhuma segunda intenção, todo cômico dependendo da atenção do ouviente que interpreta a ingenuidade conforme o contraste entre eles e o sujeito ingênuo (PEREIRA, 1997, p. 21).

O cômico, conforme Freud (1995, p. 178) aparece como involuntária descoberta derivada das relações sociais humanas. É constatado nas pessoas – em seus movimentos, formas, atitudes e traços de caráter físico e mental. Os animais, e as coisas inanimadas, também podem se tornar cômicas, eventualmente.

Tem sua origem, sobretudo, na consciência de um gesto despropositado ou desproporcionado ou ainda num traço físico que escapa à apreensão normal. De um lado, temos o movimento exagerado, que nos faz rir porque, ao observá-lo, comparamos o seu movimento com aqueles que faríamos se os tivéssemos executado nós mesmos. Ou seja, o que ocorre é uma comparação da pessoa de quem se ri com o próprio eu. “Assim, a origem mais importante do prazer cômico está na comparação da pessoa observada com nosso próprio eu. Não se trata de um sentimento de superioridade, mas apenas de uma comparação” (PEREIRA, 1997, p. 22).

Há ainda outros meios de tornar as coisas cômicas. Freud (1995, pg. 187) cita três: a mímica, “que proporciona extraordinário prazer ao ouvinte e torna cômico seu objeto, mesmo quando se mantém muitíssimo afastada da exageração da caricatura”, a caricatura e a paródia, “que dirigem-se contra pessoas e objetos que reivindicam autoridade e respeito”.

Para nós interessa agora as definições particulares que o autor dá para *caricatura*, *paródia* e *desmascaramento*. Todas essas formas de um modo ou de outro são utilizadas para criar o cômico por meio de um rebaixamento de uma figura elevada.

Na *caricatura*, a degradação é feita pela intensificação visual ou lingüística de um traço distanciado que, fazendo parte da totalidade geral de um caráter, tinha passado despercebido. A *paródia* (e, porque não, a charge jornalística) é um procedimento que destrói a unidade entre o caráter de uma pessoa ou fato, tal qual o conhecemos, e seus discursos e atitudes. O *desmascaramento*, por outro lado, só



acontece quando o alvo da comicidade é alguém que se apropriou de uma dignidade ou autoridade que não possui.

Por fim, uma investigação do cômico, ainda que superficial, seria gravemente incompleta se não achasse lugar para, no mínimo, alguns comentários sobre o *humor*.

Segundo Freud (1995, p. 212), o humor é um meio de obter prazer. As condições para o seu aparecimento são fornecidas se existe uma situação na qual, de acordo com os nossos hábitos usuais, devíamos ser tentados a liberar um afeto penoso. “Nos casos ora mencionados, a pessoa que é vítima da ofensa, dor etc. pode obter um prazer *humorístico*, enquanto a pessoa não envolvida ri sentindo um prazer *cômico*”.

O humor, entre as espécies do cômico, é o mais facilmente satisfeito. Completa seu curso dentro de uma única pessoa; “posso guardar a fruição do prazer humorístico que em mim se originou sem sentir obrigação de comunicá-lo” (FREUS, 1995, p. 213). Ou seja, a participação de uma segunda pessoa nada lhe acrescenta, ao contrário do chiste e do cômico, onde necessitam, respectivamente, de três e duas pessoas no mínimo.

#### **4.2.2 Bérqson - A Significação do riso**

Não é somente o estilo de ensaio do filósofo francês Henri Bergson que sugere uma maior perspicácia na compreensão do cômico, mas também o seu aparelho de idéias. Observe-se esta sua citação: “ao mesmo tempo em que quis determinar os processos de fabricação do risível, procurei descobrir qual a intenção da sociedade quando ri” (1980, p. 105).

Sem pretender oferecer uma resposta à tão difícil pergunta, Bergson tratou de procurar na comédia, na farsa, na arte do bufão, o que chamou de processos de fabricação do cômico.

Para o autor, o termo cômico serve para designar aquilo de que se ri e o define como o mecânico aplicado ao vivo – algo que integra a vida humana.

O ser vivo de que se trata aqui era um ser humano, uma pessoa. O dispositivo mecânico é, pelo contrário, uma coisa. Portanto, o que fazia rir era a transfiguração momentânea de um personagem em uma coisa (BERGSON, 1980, p. 36).

Segundo o filósofo, não há comicidade fora do que é propriamente humano. “Uma paisagem poderá ser bela, graciosa, sublime, insignificante ou feia, porém jamais risível” (1980, p. 12). Desse modo, o riso provocado por um animal se deve ao fato de que foi surpreendido nele uma atitude – ou expressão – humana.

O autor também aponta como condição para o riso a insensibilidade. Em outras palavras, ele quer mostrar que o momento cômico é despido de emoção, sendo a indiferença o seu ambiente natural. “O cômico exige algo como certa anestesia momentânea do coração para produzir todo o seu efeito. Ele se destina à inteligência pura” (BERGSON, 1980, p. 13).

Ao contrário de Freud, Bergson (1980) acredita não ser possível desfrutar o cômico de forma isolada. O riso necessita estar no seu meio natural – a sociedade – para restabelecer a ordem.

É pelo riso que a sociedade se vinga das liberdades praticadas contra ela. Dessa forma, da insensibilidade que anestesia momentaneamente o coração e faz uso da inteligência pura, resulta o riso. Decorrentes disso, os defeitos ou deformidades apresentadas por meio do riso não devem causar simpatia, medo ou piedade. Se for envolvido emocionalmente, o espectador perde a capacidade de rir (PAGLIOSA, 2004, p. 45).

O riso é, pois, para Bergson, a defesa da sociedade contra os excêntricos que se recusaram a adequar-se às necessidades da mesma. Admite que a ironia e o humor sejam formas de sátira. No entanto, distingue-os quando diz que a ironia tem uma natureza oratória e o humor tem característiscas mais científicas (p. 68).

De acordo com o autor, três são os processos responsáveis pelo cômico:

a) *a repetição* (de palavras, situações). Trata-se de uma combinação de circunstâncias, que se repete em várias ocasiões, contrastando vivamente com o curso cambiante da vida. Vejamos o exemplo citado pelo autor.

Certo dia encontro na rua um amigo que há muito não via; a situação nada tem de cômica. Mas, se no mesmo dia, o encontro de novo, e ainda uma terceira ou quarta vez, acabamos por rir ambos da ‘coincidência’ (BERGSON, 1980, p. 51).

b) *inversão* (o reverso dos papéis, dos lugares). “Rimos do acusado que dá lição de moral no juiz, da criança que pretende ensinar os pais, enfim, do ‘mundo às avessas’” (p. 53).

c) *interferência de séries* (situações que pertencem, ao mesmo tempo, a duas séries de fatos independentes, que podem ser interpretados simultaneamente e de forma diversa).

Como guardião dos costumes, o riso não pode ser considerado absolutamente justo. E nem bom, uma vez que sua função é intimidar humilhando. Devido a essa natureza de humilhação, o riso é, para Bergson (1980), uma espécie de trote social um tanto aviltante para quem é objeto dele. No entanto, ele tem um caráter ambíguo, pois não pertence nem à arte nem à vida.

De um lado, os personagens da vida real só podem ser cômicos se estiverem sobre um palco encenando. “Eles só nos são cômicos porque representam a comédia” (p. 72). Por outro lado, mesmo no teatro, não é puro o prazer de rir, isto é, não é um prazer exclusivamente estético e absolutamente desprendido. Mistura-se a ele uma segunda finalidade. “Insinua-se a intenção inconfessada de humilhar, e com ela, certamente, de corrigir, pelo menos exteriormente” (p. 73). É neste sentido que é permitido dizer que a comédia, em contraste com a tragédia, está bem mais próxima da realidade.

Mas, qual o sentido do riso para Bergson? Ou melhor, do que se ri e por quê? O autor, na verdade, se pergunta se é verdade que o que nos faz rir são os defeitos leves. Bergson reconhece haver grande parcela de verdade nesse modo de ver. Mas se questiona: não seria mais verdadeiro que consideramos leve alguma coisa simplesmente por que tal coisa nos faz rir? Verdade seja dita: há defeitos que nos fazem rir, apesar de sua gravidade imensa. Mas, assim como há graves defeitos que nos fazem rir, há virtudes eminentes que, encenada na sua versão exagerada, despertam o riso tanto quanto o defeito mais chocante.

A pergunta seguinte diz respeito a que tipos de defeitos podem resultar cômicos. Antes de tudo faz-se necessário ressaltar que o cômico se dirige à inteligência pura, no sentido que o riso é incompatível com toda espécie de emoção. Assim, um defeito que produza no observador alguma comoção não pode gerar senão piedade ou outros sentimentos estranhos ao cômico. Assim, para que um

defeito provoque o riso e seja cômico é necessário que sofra uma espécie de estilização capaz de lhe conferir uma faceta não-trágica.

A necessidade imperativa de que defeito algum e vício algum terminem provocando qualquer espécie de comoção faz com que Bergson (1980, p. 75) se pergunte que técnicas e que maneiras o poeta cômico deve adotar para impedir o acesso indesejável da comoção. O autor pressupõe que existe, para ajudar o artista neste sentido, uma “arte de adormecer” e de nos “impor sonhos”.

Há certa arte em acalantar nossa sensibilidade e lhe predispor a sonhos, como a uma pessoa hipnotizante. E há também uma de desestimular nossa simpatia no momento preciso em que se possa oferecer, de tal modo que a situação, mesmo séria, não seja tomada a sério. Dois processos parecem dominar esta última arte, que o autor cômico aplica mais ou menos inconscientemente. O primeiro consiste em *isolar* [grifo do autor], em meio à alma do personagem, o sentimento que se atribui, e fazer dele por assim dizer um estado parasita dotado de existência independente.

O que Bergson deseja mostrar é que a expressão do cômico depende, sobretudo, do artista poder suspender toda a complexidade emotiva que caracteriza a expressão dramática. É necessário que se estabeleça uma certa *rigidez* que impeça que a alma se relacione com suas diversas partes. O que se nota nesse movimento é que, contrastando com o que acontece na tragédia (drama), a ação é, na comédia, de pouca ou nenhuma importância. O que interessa é o gesto, atitudes, movimentos. Nas palavras de Bergson:

em vez de concentrar nossa atenção sobre os atos, ela se dirige sobretudo para os gestos. Entendo aqui por *gestos* [grifo do autor] as atitudes, os movimentos e mesmo o discurso pelos quais um estado de alma se manifesta sem objetivo, sem proveito, pelo efeito apenas de certa espécie de arrumação interior. O gesto assim definido difere profundamente da ação. A ação é intencional, ou pelo menos consciente; o gesto escapa, é automático [...] Portanto, na medida em que nossa atenção se aplique ao gesto e não ao ato, estaremos no reino da comédia (1980, p. 76).

Aqui chegamos ao que é essencial da tese do autor: o gesto é algo que escapa à consciência do personagem, algo automático; o que ele espelha, o gesto, é apenas uma parte da pessoa, uma parte distanciada da pessoa total.

Fica claro, portanto, as condições básicas que Bergson (1980, p. 77) define para a comédia: de um lado, a *insociabilidade* do personagem – que o coloca numa posição de afastamento cômico em relação ao seu mundo; a *insensibilidade* do

espectador – que foi moldada pelos próprios artifícios da obra através do distanciamento, do adormecimento da sensibilidade; e em terceiro lugar o *automatismo* – que é o gesto involuntário, a palavra inconsciente.

### 4.3 A charge no Brasil: tempos modernos

O aparecimento relativamente tardio da caricatura na nossa história – em 1837, num desenho atribuído ao Barão de Santo Ângelo, Manuel de Araújo Porto Alegre – é revelador da demora que a imprensa levou para chegar até nós. Embora no período colonial o Brasil tenha sido privado da imprensa por determinação real, a caricatura já se manifestava de outras formas como expressão do povo nas festas de carnaval, de bumba-meu-boi, na malhação do Judas, e através de bonecos e fantasias que satirizavam pessoas e costumes da época.

Com a vinda da família real portuguesa e a abertura dos portos, em 1808, é que se estabeleceram aqui as primeiras oficinas gráficas. Começou, a partir daí, o desenvolvimento da impressão de livros e periódicos. Os jornais, até então, não publicavam caricaturas. Estas circulavam apenas como estampas avulsas, ainda de forma tosca e sem qualidade. Com as inovações técnicas, que permitiram o advento da gravura, e conseqüentemente da caricatura, na imprensa brasileira, foi assegurada novas condições à crítica e ampliada a influência da caricatura. Nesse sentido, segundo Fonseca (1999, p. 209), “o texto humorístico foi precursor da caricatura, que somente apareceu quando as técnicas da gravação permitiram conjugar as palavras com a atração visual do desenho e da imagem”.

A partir de 1831 acontece no Brasil a proliferação de pasquins, dezenas deles, que se multiplicaram no campo em que se seguiram. Nessa multiplicação de publicações apareceram também folhas satíricas humorísticas, como O Escorpião, O Meteoro e O Pensador. Mas, a primeira publicação humorística especializada no país, a *Semana Ilustrada* – de Henrique Fleuiss, com participação de conhecidos escritores e jornalistas, como Machado de Assis, Quintino Bocaiúva, Pedro Luís, Joaquim Manoel de Macedo, etc – foi surgir apenas em 1860. A partir da publicação de Fleuiss, outras publicações que se utilizavam da ilustração tomaram forma no panorama brasileiro. Surgiram então as revistas *Charivari Nacional*, *Merrimac*, *O*

*Alequim, Vida Fluminense, O Mosquito, O Mequetrefe*, e, em 1876, a *Revista Ilustrada*, de Ângelo Agostini.

Mais tarde, com a revolução de 1930, a implantação do Estado Novo, em 1937, e a criação do DIP (Departamento de Imprensa e Propaganda), o governo totalitário de Getúlio Vargas institucionalizou a censura da imprensa.

“Este período de repressão marcou um hiato de graves e profundas conseqüências no desenvolvimento da caricatura brasileira. A caricatura, para mencionar apenas um dos aspectos abalados, entrou em decadência, pois sua sobrevivência se tornava inibida em tal clima de controle oficial (FONSECA, 1999, p. 206).

Mesmo assim foi notável, nessa época, o humorismo de Barão de Itararé, ou Aporelly (Aparício Torelly), com um texto satírico baseado no trocadilho e na ironia política, apoiado pelo caricaturista Andrés Guevara, paraguaio radicado no Brasil.

Num sentido social, político e econômico, pode-se dizer que a revolução de 30 consolidou, no Brasil, a Revolução Industrial. Este tempo de transição trouxe para a imprensa grande desenvolvimento, particularmente nas estruturas empresariais. Revistas surgiram nos anos imediatos que precederam e seguiram a revolução e, entre essas, estão *O Me*, de 1921, *A Lanterna*, de 1926 e *O Papagaio*, de 1928. A duração dessas publicações, infelizmente, foi efêmera.

Apareceram também vários jornais, e entre eles podemos mencionar *A Manhã*, que teve duas fases, de 1925 a 1929 e de 1941 a 1953; *A Reação*, que circulou apenas em 1926 e 1927; *A Crítica*, entre 1928 e 1931, entre outros.

Foi uma época que marcou o desenvolvimento da caricatura, da charge e do cartum, que, graças aos avanços da arte de impressão proporcionados pela litografia e pela rotogravura, atingiram altos padrões de qualidade, abrindo novas possibilidades para a originalidade criativa, principalmente no que dizia respeito à sátira política (FONSECA, 1999, p. 245).

As transformações sociais e os eventos políticos dos anos 1960 e 1970 favoreceram o surgimento, em 1969, de *O Pasquim*, uma revista em forma de jornal de extraordinário sucesso e significação, dirigida pelo jornalista Tarso de Castro, onde pontificaram os cartunistas Jaguar (Sérgio Jaguaribe), Ziraldo, Millôr e tantos outros.

O semanário de humorismo destacou-se na luta contra o regime militar e na divulgação de temas existenciais novos para o grande público brasileiro da época, como a liberação sexual, a desmistificação do puritarismo, a discriminação de minorias, o questionamento social, a hipocrisia dos políticos, tendo publicado entrevistas de grande repercussão sobre esses assuntos.

A linguagem descomprometida e atrevida que caracterizava as matérias de *O Pasquim* provocou até mesmo mudanças na cultura brasileira, por exemplo, criando termos e ditados que passaram a ser parte da gíria jovem do país. Conforme Fonseca (1999, p. 206), o semanário foi uma plataforma de sátira e irreverência, comentando a sociedade brasileira da atualidade. Era tolerado pelo regime vigente, tornando-se uma conveniente válvula de escape para uma época de severa censura de opinião

*O Pasquim* tornou-se protótipo da imprensa alternativa no Brasil. De uma tiragem inicial de 20 mil exemplares, que a princípio parecia exagerada, o semanário atingiu a marca de mais de 200 mil em seu auge, em meados dos anos 70, se tornando um dos maiores fenômenos do mercado editorial brasileiro.

Sua importância, no entanto, decresceu a partir da abertura política na passagem dos anos 1970 para os anos 1980, quando a grande imprensa pôde explorar temas até então exclusivos do *O Pasquim* e nos quais o semanário havia sido pioneiro.



Figura 5: Primeira edição do jornal O Pasquim.

Fonte: Wikipédia, a enciclopédia livre.

Disponível em: <[http://pt.wikipedia.org/wiki/Imagem:O\\_Pasquim.jpg](http://pt.wikipedia.org/wiki/Imagem:O_Pasquim.jpg)>. Acesso: 01 out. 2007.

#### 4.4 A CHARGE NO RIO GRANDE DO SUL: UM CASO A PARTE

A arte do humor tem se desenvolvido no estado sulino como uma das formas mais expressivas na comunicação visual, numa atividade intensa que se estende para o cenário nacional e se projeta internacionalmente. Trata-se de uma situação peculiar, visto que os espaços locais para a publicação são, muitas vezes, reduzidos. O número de jornais e revistas de grande circulação publicados no Estado míngua cada vez mais. Os cartunistas, apesar de tudo, procuram abrir novas frentes para publicar o que produzem e voltam-se para meios alternativos, como publicações de bairro, publicações dirigidas, house-organd de empresas privadas ou de instituições públicas, cartilhas didáticas e promocionais, conforme Fonseca (1999, p. 271).

O que mais tem motivado e projetado o trabalho desses cartunistas são os salões nacionais e internacionais, como é o caso especial de Ronaldo Dias, que é médico de projeção na sua cidade de origem, Vacaria, e se dedica ao Cartum como uma atividade de lazer.

Em seu livro *Porto Alegre caricata*, a historiadora Sandra Jathay Pesavento (apud FONSECA, 1999, p. 271) observa que

o Rio Grande do Sul tradicionalmente tem o seu papel associado a imagens tão sérias quanto a guerra, o positivismo, os grandes líderes políticos, etc... Na Porto Alegre da virada do século aos anos 10, jornais e revistas caricaturavam a vida político-partidária e as instituições da terra, aludiam à precariedade dos serviços públicos urbanos e às más condições de vida e trabalho do povo, zombando também dos hábitos da nascente burguesa. Personalidades políticas e populares, mulheres e negros, padres e freiras, maridos e esposas não eram poupados pelo desenho irreverente dos caricaturistas da época.

De acordo com o escritor e ensaísta Athos Damasceno (1962, p. 13), o primeiro jornal humorístico publicado no Rio Grande do Sul foi *A Sentinela do Sul*, que apareceu em Porto Alegre, em julho de 1867. O litógrafo e caricaturista do jornal foi Inácio Weingärtner.

Seguiu-se *O Guarani*, lançado em 1874. Em 1877, surgia, *A Lanterna*, dirigida pelo jornalista Carlos Von Koseritz, um cidadão que ficou na história de Porto Alegre pelo muito que fez em prol da comunidade. Em 1878, apareceu *O Fígaro*, que foi uma espécie de continuação de *A Lanterna*. Depois veio *A Lente*, de



1883, *O Século*, em 1884. Este foi o jornal humorístico de mais longa duração. Seguiram-se *O Cabrion*, de 1886, que teve efêmera duração e a *Comédia Social*, de 1889. Em 1891, veio o semanário *Gazetinha*. Em 1897, apareceu *A Farpa* e em 1900 *O Papai*.

No interior do Estado, duas cidades, pólos importantes da economia riograndense na época, tiveram também sua imprensa humorística.

Em Rio Grande, porto marítimo que dá entrada à Lagoa dos Patos, por conseqüência hidrovía do oceano para Porto Alegre, teve *O Amolador*, de 1874. Depois veio *O Diabrete*, em 1875. Em 1880, surgiu *Maruí*. Em 1888, surgiu ainda *A Semana Ilustrada* e a seguir *O Bisturi*.

Em Pelotas, cidade que enriqueceu com as charqueadas e por ser núcleo industrial da alimentação no Rio Grande do Sul surgiu *Ventarola*, em 1887. Outro jornal pelotense foi *Cabrion*, de 1879.

Na história mais recente, pelo menos três acontecimentos importantes marcaram a atividade do Cartum no Rio Grande do Sul: a CETPA, *O Pato Macho* e o Salão Internacional de Imprensa de Porto Alegre.

#### 4.4.1 Manoel de Araújo Porto-alegre

Não apenas no Rio Grande do Sul, mas no Brasil, é considerado o pioneiro em desenho humorístico o Barão de Santo Ângelo, Manuel de Araújo Porto-alegre. Filho de Francisco José de Araújo e Francisca Antonia Viana, seu nome de batismo era Manuel José de Araújo, modificado para Pitangueira por espírito nativista, quando da Independência e, mais tarde, chegando à forma definitiva: Manuel de Araújo Porto-alegre.

Nascido em São José do Rio Pardo, RS, em 1806, Araújo Porto-alegre estudou arte e arquitetura inicialmente no Rio de Janeiro. Mais tarde foi encaminhado para a Europa por seu professor Jean-Baptiste Debret e viveu uma temporada de quase seis anos em Paris aprendendo pintura com o barão Jean-Antoine Gross.

Entre 1837 e 1839, de volta de sua viagem à Europa, Porto-alegre produziu uma série de litografias satíricas que eram vendidas em unidades separadas nas

ruas do Rio de Janeiro. A primeira circulou em 14 de dezembro de 1837, vendida por 160 réis, tinha por título *A campainha* e o cujo, não era assinada (sua autoria só seria reconhecida posteriormente) e apresentava o jornalista Justiniano José da Rocha, diretor do jornal *Correio Oficial*, ligado ao governo, recebendo um saco de dinheiro. A charge tratava de uma crítica às propinas recebidas pelo funcionário do governo.

Nesse mesmo ano, o artista escreveria a peça *Prólogo dramático*, podendo, pois, ser considerado, sem grande margem de erro, nosso primeiro escritor, já que tanto o Barroco como o Arcadismo, isso sem falar na fase inicial do próprio Romantismo, foram, na literatura, movimentos eminentemente poéticos.

Em 1840 é nomeado pintor da Câmara Imperial, sendo responsável pelos trabalhos de decoração para a coroação do imperador dom Pedro II (1825 - 1891) e para o seu casamento com D. Teresa Cristina (1822 - 1889). Executa ainda diversos projetos arquitetônicos no Rio de Janeiro, dos quais se destaca as obras realizadas no Paço Imperial, o plano arquitetônico da antiga sede do Banco do Brasil, da Escola de Medicina e do prédio da Alfândega.

Funda e dirige os periódicos *Minerva Brasiliense* (1843), *Lanterna Mágica* (1844) – primeira publicação de humor político da imprensa brasileira, que circulou por onze edições, incorporando a charge e a caricatura, que deixaram assim de ser vendidas separadamente. A publicação, que tinha o subtítulo *Periódico plástico-filosófico*, apresentava dois personagens que criticavam as situações do momento, Laverno e Belchior, à semelhança dos tipos Robert Macaire e Bertrand, criados pelo caricaturista francês Honoré Daumier e que tinha em Rafael Mendes de Carvalho seu principal desenhista – e *Guanabara* (1849).

Entre as obras literárias de sua autoria destacam-se os livros de poesia, *As Brazilianas* (1863), e *Colombo* (1866).

Em 1860 inicia carreira diplomática no exterior e, no ano de 1874, o imperador D. Pedro II confere-lhe o título de Barão de Santo Ângelo. Foi na função de diplomata que Porto-alegre, cinco anos mais tarde, faleceu na capital portuguesa. Seus despojos, trazidos em 1922 para o Brasil, foram depois transferidos para a sua cidade natal, Rio Pardo, onde hoje repousam.

#### 4.4.2 Santiago

O caricaturista Santiago, na vida comum, chama-se Neltair Rebés Abreu. Nasceu no ano de 1950, na cidade gaúcha de Santiago do Boqueirão, da qual tomou o seu codinome. Aos 20 anos, mudou para Porto Alegre, ingressando na Faculdade de Arquitetura da UFRGS três anos mais tarde, em 1973.

Ele já desenhava desde os tempos de guri, antes mesmo de aprender a ler. Na escola, caricaturava colegas e professores. Ao chegar em Porto Alegre, seu primeiro emprego foi de desenhista técnico em uma indústria. O talento foi percebido na faculdade, quando ilustrava jornaizinhos estudantis e dava vazão à sua vertente de chargista político. Com o passar do tempo, seu trabalho logo se fez notar, começando a aparecer com regularidade em Folha da Tarde. Acabou contratado definitivamente pelo jornal, em 1975. Sua atividade profissional determinou a desistência do curso de arquitetura antes da conclusão. Santiago ficou na Caldas Júnior até 1983, quando a Folha da Tarde fechou.

A partir daí, começou a trabalhar como free-lancer. Seus cartuns foram publicados no Correio do Povo (Porto Alegre), O Estado de São Paulo, Folha de São Paulo, Jornal de Brasília, O Pasquim, Veja, Isto É, Libro de Humor Político (Buenos Aires), Yomiuri Shimbun (Tóquio), Print (Estados Unidos), Cambrio 16 (Madri), The Olympic Cartoon Book (Cartoon Aid Project, Londres).

Santiago é um dos humoristas mais premiados de todos os continentes. Entre os anos de 1993 e 1994, a Revista Witty World, dos Estados Unidos, publicou em livro um ranking com os dez melhores humoristas do mundo, em diversas categorias. Santiago, está lá, catalogado entre os dez maiores desenhistas de humor do planeta. Além disso, é detentor do mais cobiçado prêmio internacional de cartunistas, o Grand Prix que obteve em 1989 no 11th Yomiuri Internacional Cartoon Contest. Além de 11 mil dólares de prêmio, Santiago viajou à capital do Japão, em janeiro de 1990, com todas as despesas pagas e foi tratado como um lorde inglês.

No próprio Youmiuri foi agraciado com outras distinções: Medalha de Ouro (1987), dois prêmios de excelência (1980 e 1992) e três menções honrosas (1983, 1993 e 1994). Ganhou o Primeiro Prêmio do salão de Cartuns War to War, de Sofia, na Bulgária (1987), o Prêmio de Honra no Nasreddin Hodja Cartoon Contest, promovido pela Associação de Cartunistas da Turquia, em Estambul (1994).

No estado, coleciona mais de uma dezena de Prêmios ARI. Foi premiado cinco vezes pelo Salão de Humor de Piracicaba e pelo Salão de Quadrinhos da Universidade Mackenzie, em São Paulo. Já expôs, como convidado, no Salão dedicado ao Quadrinho Brasileiro em Prato, na Itália.

Primeiro lugar na Exposição "Guerra à Guerra", em Sofia, na Bulgária, em 1987, ganhou uma viagem de 20 dias pela Bulgária. Também foi premiado com o 4º lugar no Salão Internacional de Cartuns em Montreal, no Canadá. Expôs no Clube dos Diretores de Arte, de Nova Iorque, e na Mostra da Revista Print, dedicada às artes gráficas no Brasil. Menção Honrosa do Júri no Concurso Internacional de Cartuns, em Instambul, Turquia, ainda foi premiado no Concurso de Cartum Anti-Racista, em Duisburg, Alemanha. E é bom parar por aqui porque a lista não acaba mais.

Por conta de suas peripécias humorísticas, Santiago tem vários livros publicados, a maioria retratando seu personagem mais famoso, um tal de Macanudo Taurino Fagunde, inspirado no típico gaúcho do pampa.

#### 4.4.3 Iotti

O chargista e produtor de histórias em quadrinhos Carlos Henrique Iotti nasceu em Caxias do Sul, em 27 de fevereiro de 1964. Formado em jornalismo pela UFRGS, começou, ainda estudante, com colaborações para Folha da Tarde (Porto Alegre). Depois de formado, trabalhou no Diário do Sul (POA), Correio do Povo, Folha de Hoje (Caxias do Sul). Publica atualmente charges nos jornais Zero Hora, de Porto Alegre (RS), Pioneiro, de Caxias do Sul (RS), Diário de Santa Catarina (SC), Diário do Povo, de Pato Branco (PR) e Estado do Paraná, de Curitiba (PR).

Seu personagem mais conhecido Radicci<sup>22</sup>, o herói de uma história em quadrinhos inspirada na vida cotidiana dos imigrantes italianos que colonizaram a região serrana do Rio Grande do Sul. Mas o jornalista não tem só este personagem.

---

<sup>22</sup> Surgido em 1983 no jornal Pioneiro, Radicci é um personagem de histórias em quadrinhos criado por Iotti. O personagem é apresentado dentro do contexto dos imigrantes italianos que colonizaram a região da Serra Gaúcha - mais especificamente Caxias do Sul -, no extremo sul do Brasil. Nessa região, radicci é uma salada verde de pequenas folhas lisas e amargas. É uma salada simples, típica da culinária local, temperada apenas com vinagre caseiro de vinho tinto e que acompanha pratos como galeto, massa e polenta. Essas comidas são muito apreciadas pelo Radicci.

Tem a Genoveva (mulher do Radicci), que é o maior libelo contra o machismo estúpido do gringo italiano. Tem o Guilhermino, em choque permanente (às vezes com razão, outras sem, mas sempre meio atônito) com a grossura e o espírito do pai. E mais os coadjuvantes dessa família "exemplar": o Nono, um avô que adora andar de "motorciclo", a tia encanizada que mora em Bento... Enfim, um elenco de botar inveja.

Outros personagens de Iotti aparecem menos na mídia, mas nem por isso são menos importantes. Tem o Adão Hussein (o sobrenome não é gratuito), com seus rompantes iraquianos nos campos de Vacaria. Tem a turma da Geração Astral, em que pontifica o Vladimir, "o último dos comunistas", misto de rípi e de Che Guevara, tendo a toda hora recaídas no espírito burguês com a conseqüente fase de autocrítica.

Iotti assumiu no jornal Zero Hora o espaço que antes pertencia ao chargista Paulo Brasil Gomes de Sampaio, o Sampaio, falecido em 7 de fevereiro de 1999, considerado mestre dos chargistas gaúchos.

A charge de Iotti é publicada na Página Opinião, em geral a 17<sup>a</sup> do jornal, no tamanho 13cm x 11cm, juntamente com artigos opinativos atuais assinados por personalidades relevantes relacionadas com os assuntos tratados. A página Opinião situa-se ao lado da página onde se encontram os editoriais de Zero Hora.

No próximo capítulo vamos centrar nossa atenção num aspecto mais específico do processo jornalístico: a arte de manifestar opinião a respeito da questão ambiental. O objetivo é extrair elementos significativos a cerca das idéias, valores, preferências, intenções, conceitos e preconceitos sobre a questão ambiental expressos pelos jornalistas.

## 5 REVOLUÇÃO: COMUNICAR O MEIO AMBIENTE

A evolução no processo de comunicação, proporcionada pelo desenvolvimento tecnológico, é um dos fatores responsáveis por uma nova etapa no relacionamento do homem com o meio ambiente. Nos últimos anos o planeta saiu da esfera do conhecimento local e regional, saltando para uma dimensão global: interligado pelas redes de comunicação e com o auxílio dos satélites computadorizados, qualquer ponto da Terra pode ser visualizado e pesquisado, em qualquer momento, obtendo-se informações praticamente simultâneas sobre os mais diversos acontecimentos que envolvem o homem, a sociedade e a natureza.

Frente a isso se tem verificado um aumento significativo de publicações, documentários, campanha de publicidade sobre o meio ambiente. Mas é, sobretudo, por meio dos jornais e da televisão, segundo Ramos (1995), que as questões ambientais têm chegado ao conhecimento, pela primeira vez, de segmentos da sociedade que nunca tinham tido acesso ao tema. Até então, essas informações circulavam basicamente em espaços restritos, na comunidade científica, em seminários e palestras, em publicações especializadas, revistas técnicas e livros.

Os meios de comunicação de massa têm uma grande e ainda crescente importância na disseminação dos problemas ambientais. Estudos sistemáticos e rigorosos do processo são necessários para uma avaliação do impacto do noticiário na imprensa sobre a formação da opinião pública relativa à proteção do meio em que vivemos.

Mas, como bem analisa Belmonte, em artigo resultante de palestra proferida no Seminário 'Imprensa e Pantanal', no Laboratório Ambiental de Jornalismo da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul - Campo Grande, em outubro de 1997, a imprensa brasileira dificilmente trata dos problemas ambientais com profundidade na pauta das discussões públicas. As exceções são fruto de um esforço pessoal e isolado.

O meio ambiente é manchete e ganha espaço e tempo na cobertura diária quando acontecem desastres, ou quando os assuntos repercutem no exterior, como a morte de um ecologista famoso, as queimadas e os desmatamentos na Amazônia e na Mata Atlântica. A pauta ambiental ainda vem das agências internacionais.

De acordo com o Belmonte – que cobriu pela rádio Gaúcha de Porto Alegre a conferência da ONU Rio 92, e durante cinco anos apresentou o programa Gaúcha Ecologia – a grande imprensa não desvenda a promiscuidade que existe entre os órgãos ambientais e as indústrias. Até por que o ‘ambientalismo empresarial’ tem ganhado força nos tempos modernos.

Publicamente, as grandes indústrias fazem campanhas publicitárias e plantam notícias na imprensa. Veladamente, exercem um forte lobby para afrouxar a legislação ambiental e desacreditar as ONGs. Nos discursos, defendem a liberdade de imprensa e a democracia. Nos bastidores são soldados de uma conspiração do silêncio – a censura empresarial – criada para que a população receba apenas a versão dos poluidores. Este é o pano de fundo para entender o jornalismo ambiental nos anos 90 (BELMONTE, 1997).

Diante no novo ‘ambientalismo empresarial’, uma aliança entre jornalistas, cientistas e ecologistas é de vital importância para a democracia. Isso porque o cidadão não tem como confrontar as informações. Cabe aos repórteres ambientais ouvir o que os pesquisadores e ambientalistas têm a dizer. Por outro lado, não podem torna-se meros assessores de imprensa de entidades ecológicas ou instituições de ensino. “É preciso bom senso e equilíbrio. Lembrando sempre que o poder da imprensa é determinar os assuntos que estarão na agenda das discussões públicas da sociedade” (BELMONTE, 2004, p. 45).

Considerando-se que jornais são uma das principais fontes de informação para expressiva camada da população, o papel desses veículos – e, por consequência, dos profissionais que nele trabalham – revela-se decisivo nos processos de formação de opinião sobre a problemática ambiental.

Sem democratização da informação ambiental dificilmente haverá pleno desenvolvimento da cidadania ambiental, prejudicando o diálogo e o estabelecimento de parcerias entre diferentes setores da sociedade brasileira envolvidos com a questão ambiental (BERNA, 2007).

Na avaliação de Vilas Boas (2004, p. 35) a imprensa cumpre sem problemas seu papel de informar, embora costume assustar a população. Mas, diante da crise ecológica, a imprensa também precisa assumir a responsabilidade de educar e transformar, ou seja, o jornalismo ambiental não pode ser apenas informativo, tem de estar engajado em um modelo de vida sustentável do ponto de vista ecológico e social. Para Puppim de Oliveira (apud VILAS BOAS, 2004, p. 35), a

imprensa tem um papel fundamental em informar e educar a população sobre temas de interesse público, como questões sócio-ambientais. Por outro lado, tem a ação de investigar e divulgar fatos da forma mais esclarecedora e transparente possível, para que saibamos e possamos moldar nosso comportamento e nossas opiniões sobre o que é certo e o que é errado.

O jornalismo, no contexto urbano, é uma ferramenta de educação ambiental. Os veículos de comunicação devem fazer campanhas públicas, informar sobre novos estilos de vida, abrir espaço para idéias alternativas, cobrar soluções criativas do poder público. Também é função da imprensa melhorar a qualidade de vida nas cidades. Não se trata de substituir livros didáticos por reportagens de jornais, nem transformar as páginas dos diários em apostilas escolares. Todos são complementares. Essa relação direta entre a educação ambiental e o jornalismo aparece na legislação brasileira. A Lei nº 9.795 (anexo 2), de abril de 1999, que institui a Política Nacional de Educação Ambiental, define como um dos objetivos fundamentais da educação a garantia da democratização das informações ambientais.

## 5.1 BREVE HISTÓRICO DO JORNALISMO AMBIENTAL

O estudo das relações entre os seres vivos e o meio ambiente é tão antigo quando a história do homem sobre a Terra, mas o conceito de ecologia como uma área específica do conhecimento só foi proposto em 1869 pelo biólogo alemão Ernst Heinrich Haeckel<sup>23</sup>. Mesmo incipiente, ela foi fundamental na identificação dos efeitos nocivos da industrialização, da urbanização, do crescimento exponencial da produção. Os efeitos dos desequilíbrios ambientais na saúde das populações, comprovados por pesquisas e difundidos pela mídia, sensibilizaram o cidadão para a causa ambiental.

---

<sup>23</sup> Ernest Heinrich Philipp August Haeckel nasceu em Potsdam, Alemanha, no dia 16 de fevereiro de 1834. Trata-se de um naturalista alemão que ajudou a popularizar o trabalho de Charles Darwin. Propôs alguns termos utilizados frequentemente como *filo* e *ecologia*. Os seus principais interesses recaíram nos processos evolutivos e de desenvolvimento e na ilustração científica. O seu livro *Kunstformen der Natur* é um conjunto de ilustrações de diversos grupos de seres vivos.



Os brasileiros ficaram à margem do debate internacional até 1960, pelo menos. Num ambiente político sufocante, a questão ambiental no país se somou à discussão de direitos humanos, direito das minorias, direitos da mulher, etc. Mas, a partir dos anos 70, o movimento ambientalista assumiu a vanguarda da contestação ao modelo econômico e ao próprio sistema capitalista (BONES & HASSE, 2002 p. 10).

É a partir da década de 70, portanto, que as questões ambientais começaram a aparecer com maior frequência na imprensa internacional. Mas, segundo Bones & Hasse (2002, p. 11), o ambientalismo foi um processo construído por formiguinhas, ou seja, um movimento lento, mas contínuo de supervisão ecológica<sup>24</sup>. É daí que surgem denúncias sobre o lixo tóxico no Pantanal e protestos da atriz francesa Brigitte Bardot em defesa das focas – uma espécie ameaçada de extinção já na década de 60. Acidentes como o vazamento de combustível nas usinas nucleares de Three Miles Islands (nos EUA) e Chernobyl (na antiga URSS) provocaram alarme em todo mundo. “No entanto, nenhum como *El Nino*, um fenômeno natural, deu ao homem a consciência de que a Terra, como um todo, estava em desequilíbrio”, lembram Bones & Hasse (2002, p. 12).

Hoje, momento em que a consciência ecológica já está um pouco mais consolidada, percebe-se que o jornalismo ambiental é uma tendência irreversível na imprensa mundial. Apesar da diminuição de tempo e espaço em alguns países, entidades de jornalistas especializados em meio ambiente trabalham na formação de profissionais, melhorando a qualidade das matérias.

A primeira entidade de jornalismo ambiental surgiu na França, em 1968. No mesmo ano, era preso no Brasil - pela Operação Bandeirantes - o jovem repórter Randau Marques, primeiro jornalista brasileiro a se especializar em meio ambiente. Randau foi considerado revolucionário na época porque escreveu num jornal da cidade paulista de Franca (berço dos curtumes) reportagens sobre a contaminação

---

<sup>24</sup> O interesse pela defesa do meio ambiente no Rio Grande do Sul data de 1939, com Henrique Luiz Roessler. De forma pioneira até mesmo no Brasil, Roessler interferiu desde os problemas envolvendo a caça e pesca de animais, ao desmatamento e a poluição, fazendo educação ambiental através de boletins. Em 1955, fundou a União Protetora da Natureza – a UPN. Em 1957 começou a escrever crônicas semanais, publicadas no jornal de maior circulação do Estado naquela época, Correio do Povo. Milhares de pessoas o conheceram e admiraram. Henrique Luiz Roessler morreu em 1963. Por volta de 1965, um seguidor dele começou a escrever e publicar crônicas em defesa da Natureza. O seguidor era Nicolau A. Campos, que depois ajudou a fundar a AGAPAN – Associação Gaúcha de Proteção ao Meio Natural – a ONG que desencadeou, por todo o país, pioneiramente, a luta ambientalista. A orientação de luta dos iniciadores, somada à capacidade de Lutzenberger em fazer conferências, projetaram a AGAPAN nacional e internacionalmente. Em 1972, fora da AGAPAN, um influente grupo de mulheres, lideradas por Magda A. Rênner, resolveu participar da luta ecológica, resultando numa das maiores entidades ecológicas do país: a ADFG – Ação Democrática Feminina Gaúcha – atualmente filiada a AMIGOS DA TERRA, filiada em Porto Alegre

de gráficos e sapateiros com chumbo. Nesta época já se questionava a expressão "defensivos", mostrando que os agrotóxicos eram responsáveis pela mortandade de peixes e pela intoxicação de agricultores. Mais tarde, Randau se especializou em assuntos urbanos e questões ambientais no Jornal da Tarde.

Pelo diário do Grupo Estado, cobriu na capital gaúcha a primeira polêmica ambiental envolvendo uma grande indústria. O fechamento da fábrica de celulose Borregaard. A indústria, hoje conhecida por Aracruz Celulose, fica nas margens do Guaíba, na frente de Porto Alegre. "A poluição uniu o embrionário, mas aguerrido, movimento ecológico gaúcho", segundo Belmonte (1997).

Mas, ao contrário do que muitos imaginam, não é a imagem de uma chaminé que representa a época. Foi a famosa foto do estudante universitário Carlos Dayrel sentado numa acácia, tirada no dia 25 de fevereiro de 1975. Ele ficou horas em cima da árvore que seria cortada pela Prefeitura de Porto Alegre para a construção de um viaduto.

O novo *boom* ecológico na imprensa nacional e mundial ocorreu em meados dos anos 80, com a descoberta do buraco na camada de ozônio e as primeiras hipóteses sobre o impacto das atividades humanas no aumento do aquecimento global. A imprensa brasileira reagiu às preocupações dos países do primeiro mundo, e se voltou para os problemas ambientais da Amazônia.

Em agosto de 1989, foi realizado em São Paulo o Seminário "A Imprensa e o Planeta", promovido pela Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão e pela Associação Nacional de Jornais. Três meses depois, aconteceu um dos encontros mais importante para o jornalismo ambiental brasileiro. A Federação Nacional dos Jornalistas realizou no final de novembro, em Brasília, o Seminário para Jornalistas sobre População e Meio Ambiente. Participaram especialistas renomados do País e do exterior, dentre eles o francês François Terrason, especialista em planejamento ecológico e agricultura, e os brasileiros Randau Marques, repórter brasileiro, o físico Luis Pinguelli Rosa, o agrônomo Sebastião Pinheiro e o jornalista Fernando Gabeira.

A partir do seminário da Fenaj em Brasília, em 1989, formaram-se núcleos regionais de jornalismo ambiental em São Paulo, Minas Gerais, Paraná e Rio Grande do Sul, com o objetivo de criar uma entidade nacional de jornalismo ambiental. Infelizmente, sobrou apenas o grupo gaúcho.

O Núcleo de Ecojornalistas do Rio Grande do Sul (Nejrs) nasceu dentro do movimento ambientalista, no dia 22 de junho de 1990, num debate com o presidente da Associação Gaúcha de Proteção ao Ambiente Natural, filósofo Celso Marques, e o presidente da União Protetora do Ambiente Natural, jornalista Carlos Aveline. Nestes anos, o Nejrs trabalhou junto com as principais ONGs gaúchas e também promoveu debates no meio universitário (BELMONTE, 1997).

Em nível global, a principal entidade de jornalismo ambiental é a Sociedade de Jornalistas de Meio Ambiente dos Estados Unidos. A *Society of Environmental Journalists* foi criada em 1990 por uma dúzia de repórteres premiados. A entidade se dedica a melhorar a qualidade, precisão e importância das reportagens de meio ambiente. Para isso, promove encontros e debates em todo o país.

A criação de uma rede mundial de jornalistas de meio ambiente foi uma das decisões do Encontro Internacional de Imprensa, Meio Ambiente e Desenvolvimento, realizado entre 20 e 24 de maio de 1992, em Belo Horizonte. Batizado de *Green Press*, este encontro estava na agenda oficial da Conferência das Nações Unidas sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento, a Rio 92. Mas foi somente em 1993, numa reunião em Dresden, na Alemanha, que foi criada a Federação Internacional de Jornalistas de Meio Ambiente.

Atualmente, a Federação é uma aliança formada por jornalistas de 52 países. O principal objetivo da entidade é ampliar a compreensão pública dos problemas ambientais através do intercâmbio entre os profissionais especializados. Para isso, realiza encontros anuais. O último foi realizado em Sri Lanka, em outubro do ano passado. Nele, foi aprovado o Código de Ética da Federação Internacional de Jornalistas de Meio Ambiente. De acordo com o documento (Anexo 1), “o direito a um ambiente limpo e a um desenvolvimento sustentável é fundamental e está intimamente ligado ao direito à vida, à saúde e ao bem estar de todos”. Por isso, o jornalista ambiental “deve informar o público sobre as ameaças ao ambiente - se está no nível global, regional, nacional ou local”.

Frequentemente, a mídia é a única fonte da informação para as pessoas interessadas em meio-ambiente. Assim, “é dever do jornalista aumentar a consciência destas pessoas nos noticiários que tratam do meio-ambiente”, relatando diversos aspectos e assuntos relacionados ao tema. Ao informar o público, o profissional desempenha um papel vital, permitindo às pessoas recorrer à ação para proteger o meio-ambiente.

Ainda de acordo com o documento, “o dever do jornalista está não somente em alertar as pessoas sobre os perigos que a cercam, mas também de acompanhar tais ameaças e em mantê-las informadas sobre as ações tomadas para resolver os problemas”. Devem, também, tentar realizar reportagens (ou produzir opiniões) que apresentem soluções possíveis aos problemas ambientais.

O profissional não pode ser influenciado por interesses comerciais, políticos, governamentais ou não governamentais. O jornalista precisa manter distância de tais interesses e não ser um aliado deles. Como regra geral, deve dar espaço para todos os lados envolvidos em todas as controvérsias ambientais que estiver cobrindo.

É necessário também citar as fontes da informação e evitar o comentário especulativo ou alarmista, bem como a reportagem tendenciosa. A verificação das informações das fontes deve ser feita sempre através da técnica de cruzamento, seja ela uma fonte comercial, oficial ou não governamental.

Assim, seguindo exemplos internacionais, Belmonte (2004) acredita ser preciso formar uma rede virtual de jornalistas especializados em meio ambiente no Brasil, através da Internet. Desse modo, ressalta ele, é possível trocar experiências, pautas e fontes. Uma aproximação com a Federação Internacional de Jornalistas de Meio Ambiente também seria sensata, uma vez que o intercâmbio internacional e a parceria com as ONGs e cientistas com certeza elevará a qualidade do jornalismo ambiental praticado no país.

## **5.2 JORNALISMO AMBIENTAL: UMA FERRAMENTA INTERDISCIPLINAR**

No jornalismo científico, assim como no jornalismo ambiental, ocorre a acentuação da função educativa do jornalismo como mediador e difusor do conhecimento científico para a sua conseqüente popularização. Segundo Targino (1992, p. 12), “o jornalista enquanto profissional e cidadão, face à incontestável força da imprensa, pode e deve colaborar com a educação ambiental, difundindo as informações de ciência e tecnologia e a consciência ecológica”. Nesta mesma linha de pensamento está Rivadeneira Prada (1990, p. 292), para quem o profissional que se decidir pela ciência terá que se fixar muito mais no receptor que seus colegas de

outros gêneros e editorias e perguntar-se constantemente quem é e como é esse destinatário da mensagem.

Em 1977 foi realizado em Madri o II Congresso Ibero-americano e Periodismo Científico, do qual resultou uma declaração, denominada Declaração de Madri, que destaca, entre seus oito tópicos:

4. A crescente importância que adquire o comportamento social na preservação, defesa e recomposição do meio humano, e a missão que cabe ao jornalista científico, obriga à atenção preferente ao conjunto de problemas vinculados com o ambiente humano e a manter campanhas em sua defesa em níveis nacional, regional e local. 5. Deve-se chamar a atenção dos jornalistas científicos em particular e dos meios informativos em geral sobre a progressiva degradação do meio ambiente, divulgando sobre a irreversibilidade de processos como o desaparecimento dos bosques e florestas, a desertificação, a erosão do solo e a contaminação das águas, a fim de evitar alteração permanente no equilíbrio ecológico, com o conseqüente prejuízo para toda a humanidade. 6. É necessário que as agências noticiosas e os departamentos de imprensa dos centros científicos contem com redatores especializados em jornalismo científico (ERBOLATO, 1981, p. 50)

Constata-se assim a necessidade interdisciplinar ao lidar com assuntos ambientais. Compreende-se que o jornalista ambiental é quem fará a ligação de temas geralmente abordados por outras editorias com a questão ecológica e aprofundará, de forma educativa e não técnica-científica, o que for pautado sobre a esfera ambiental. Logo, entende-se que este profissional deve ter como principal característica o tratamento interdisciplinar dos fatos que ocorrem no cotidiano para difundi-los com vistas à formação da consciência ambiental.

Ramos (1995, p. 27) afirma que os meios de comunicação influenciam a humanidade na discussão dos temas ambientais com vistas à remodelação dos exemplos de desenvolvimento e da degradação ao meio ambiente. Contudo, os resultados das pesquisas de opinião explanados por Crespo (apud TRIGUEIRO, 2003, p. 73) apontam que a maioria da população brasileira “independente da classe social, da escolaridade, da cor, do sexo e da religião”, compreende meio ambiente como sinônimo de fauna e flora. Isso se dá pela forma reducionista de se fazer notícia.

Trigueiro (2003, p. 76) lembra que “dos trinta programas de maior audiência exibidos pelo Globo Repórter nos anos 2000 e 2001, mais da metade mostrava a exuberância da fauna e da flora”. Isso, conforme o autor, apesar de contribuir para uma disseminação da cultura preservacionista na sociedade, forma em sua

consciência a referência de meio ambiente às plantas e animais – excetuando-se nesse contexto os aspectos físico, abióticos, sociais e, por conseguinte, o próprio homem.

A falta de apreensão do conhecimento referente ao meio ambiente é visivelmente afetada pela reduzida atenção destinada ao tema pelos veículos de informação. É preciso deixar claro que não se critica aqui a quantidade de notícias sobre ambiente nos veículos brasileiros. Até mesmo por que nos últimos anos houve uma maior preocupação da imprensa em retratar o assunto. A crítica aqui presente, e que é compartilhada por muitos dos profissionais da comunicação que voltaram suas carreiras à temática ambiental, é a forma superficial e desconexa com que o ambiente é abordado pelas notícias.

Belmonte e Tosi (2001) asseguram que há notícias diárias sobre ambiente e ecologia na imprensa brasileira, mas ressaltam que “em geral são fatos desconexos, sem o sentido amplo do ambientalismo, sem uma interpretação capaz de ligar o fato às causas que o geraram”. O que se vê em termos de meio ambiente hoje nos jornais são, quando não a beleza romântica da fauna e flora e a calamidade das catástrofes mundo a fora, notícias de essência publicitária que enfocam certificações de empresas ou mesmo indicadores de processos “limpos e sustentáveis” da indústria.

A complexidade de comunicar o meio ambiente entra em contradição com diversos aspectos práticos da profissão. Além da divisão dos jornais em editorias que fragmentam as abordagens noticiosas, diferenciando uma informação da outra quando ambas podem ser complementares, e impossibilitam a compreensão da temática ambiental em seu sentido universal, cabe aqui lembrar a crítica de Genro Filho (1987, p. 41) no que diz respeito ao mito da imparcialidade na profissão. No jornalismo ambiental a parcialidade é óbvia, uma vez que sempre se tomará partido das diferentes formas de proteção do meio ambiente.

O professor Wilson da Costa Bueno, da ECA-USP e do Programa de Pós-Graduação da Umesp, reitera esta prática em palestra realizada no 2º Congresso Brasileiro de Jornalismo Ambiental, realizada no início de outubro pelo Núcleo de Ecojornalistas gaúchos (NEJ-RS) na UFRGS, em Porto Alegre. Bueno não aceita um jornalismo que se pretenda neutro. Para ele, o jornalismo ambiental deve ter forte compromisso com o interesse público e com a ampliação e democratização do debate.

Ainda de acordo com Genro Filho (1987, p. 98), os pilares da notícia são o da singularidade, particularidade e universalidade. Ora, calamidades e catástrofes naturais, descobertas científicas, novas tecnologias que dizem respeito à interação ambiental (principalmente entre homem e natureza), encontro de novas espécies, entre outros, são assuntos singulares, únicos pela sua forma de ocorrência, impacto, etc. Estes temas possuem em si a particularidade desse acontecimento e o motivo que o desencadeou, além de refletirem um tema de interesse universal, uma vez que o meio ambiente é coletivo e sua saúde é de interesse de todos.

Logo, entende-se que da forma como as empresas jornalísticas compreendem seus “produtos”, não há hoje possibilidade de se comunicar com objetivos maiores de educação, promoção da consciência ecológica e difusão da democracia ambiental para o exercício da cidadania planetária.

### **5.3 O MEIO AMBIENTE COMO NOTÍCIA NA IMPRENSA GAÚCHA**

O jornalismo Ambiental é, antes de tudo, jornalismo [que é o substantivo, o núcleo da expressão] e deve ter compromisso com o interesse público, com a democratização do conhecimento, com a ampliação do debate. Não pode ser utilizado como porta-voz de segmentos da sociedade para legitimar poderes e privilégios (Wilson da Costa Bueno).

É fato que a questão ecológica está na pauta de assuntos do dia-a-dia da imprensa gaúcha. No entanto, ela geralmente ocupa espaços periféricos e recebe uma abordagem exótica. As reportagens, na maioria das vezes, são fruto do interesse e da curiosidade do próprio jornalista. Segundo Vilas Boas (2004, p. 9), “difícilmente as matérias resultam de uma decisão das chefias, pois o *status* editorial ainda não é proporcional ao tamanho da crise ecológica planetária”.

A cobertura aqui no sul do País tem experimentado, nos últimos tempos, um razoável incremento em virtude da emergência de temas relevantes e controversos, como transgênicos, mudanças climáticas, poluição, biodiversidade, conhecimento popular, segurança alimentar, biocombustíveis, consumo consciente e a expansão desordenada do agronegócio e das monoculturas, entre tantos outros. A prática, no entanto, não tem sido acompanhada por um esforço sistemático de definir os limites desta área e de refinar conceitos.

Um olhar, ainda que ligeiro, sobre a cobertura ambiental evidencia, de imediato, a necessidade de se contemplar realidades e instâncias distintas no processo de produção jornalística que se orienta para esta temática. Isso porque a cobertura apresenta singularidades quando se considera a imprensa de informação geral ou de negócios, a imprensa segmentada ou especializada em meio ambiente, ou ainda quando se focaliza especificamente as diversas mídias ou ambientes temáticos, como o rádio, a TV e a Internet. Em virtude das peculiaridades de cada mídia (sistemas de produção, recursos de expressão e interação, formas de recepção) e do perfil de sua audiência, o discurso varia assim como sua capacidade de influência.

Há uma diferença essencial entre a qualificação da cobertura que é empreendida pela mídia especializada, esteja ela sob a responsabilidade de editoras comerciais ou de jornalistas empreendedores e combativos, e a da grande imprensa, respaldada por interesses quase sempre conflitantes com as demandas da maioria da população e, sobretudo, dos segmentos menos favorecidos (BUENO, 2007).

Embora algumas publicações de caráter comercial possam, pela interferência mesma dos grandes interesses em jogo, afrontar, às vezes, os limites – que devem ser sempre respeitados – entre a informação e o *marketing*, elas tem cumprido papel importante na circulação de informações sobre meio ambiente. As agências de comunicação, os institutos, as associações e as ONGs que mantêm, com regularidade, seus sistemas de produção de notícias (sites, jornais ou *newsletters*) também se enquadram neste perfil, favorecendo, amplamente, o progresso da democratização da informação ambiental.

As maiores ressalvas, segundo Bueno (2007), são feitas, geralmente, à grande imprensa que, “com raras exceções, têm se utilizado do meio ambiente como forma de aumentar a audiência, restringindo-se aos acidentes ambientais que integram o circuito viciado da chamada notícia-espetáculo”.

Da mesma forma, pela expressão de seu compromisso comercial e político, têm dado voz apenas aos representantes dos grandes interesses, às fontes oficiais, agindo de maneira preconceituosa e desleal com entidades da sociedade civil que exercem vigília permanente para defender os consumidores, os pequenos produtores rurais, os povos da floresta, os agricultores familiares e os excluídos da terra.



O compromisso da mídia de massa no Brasil com o modelo agroexportador, apoiado na 'big science', a tem colocado num dilema: seguir o que indicam os olhos e a razão ou ceder à lógica do capital, que sugere apostar, cegamente, no lucro. Invariavelmente, ela tem preferido a segunda opção, mais cômoda e mais rentável, buscando enxergar os problemas ambientais a partir de escritórios refrigerados e de fontes que não escondem os seus vínculos com as multinacionais das sementes, agroquímicas, de biotecnologia ou aquelas que patrocinam o 'deserto verde' (BUENO, 2007).

A cobertura da grande imprensa vive à mercê dos "a convite de" e freqüenta, com desenvoltura, as coletivas das grandes empresas, que pautam notícias, a eles se aliando para criminalizar o movimento ambientalista, o movimento dos sem terra e mesmo aqueles movimentos desmobilizados da sociedade (indígenas, populações ribeirinhas, favelados, etc) que, normalmente, não fazem movimento algum.

Na avaliação de Bueno, o jornalismo ambiental atravessa um momento de transição e é possível, apesar dos *lobbies* das multinacionais, da omissão do Governo, da cumplicidade de setores da comunidade científica, enxergar novas possibilidades para o futuro.

A migração das novas gerações para a *Internet*, o fortalecimento das rádios comunitárias e o surgimento de vigorosos jornais locais; a ampliação do debate nas escolas de jornalismo, o aumento da consciência dos consumidores, a competência das ONGs e a inevitável necessidade de compatibilizar desenvolvimento e respeito ao meio ambiente farão surgir alternativas novas para o jornalismo ambiental. Ao mesmo tempo em que a pressão dos grandes interesses aumenta, a resistência se fortalece e há uma contaminação que se irradia em defesa do planeta seriamente ameaçado. Pouco a pouco, os cidadãos, mesmo os de idade mais jovem, irão tomando consciência de que não apenas os micos-leão dourados e as baleias estão ameaçados de extinção e virão integrar esta legião crescente de consumidores (e defensores) da informação ambiental.

Para isto é preciso que os comunicadores ou jornalistas ambientais estejam conscientes de que esta é uma atividade que requer militância, compromisso, capacitação, ética e profissionalismo.

É por isso que faremos, a partir de agora, uma avaliação peculiar da forma como a imprensa reproduz o meio ambiente. Para isso foi necessário delimitar temas

dentro do rico panorama de problemáticas ambientais da atualidade. Optamos por estudar duas: monocultura de eucalipto e a poluição no Rio dos Sinos.

### 5.3.1 Monocultivo de espécies exóticas

A expressão "deserto verde" ganha ampla repercussão na mídia regional após a invasão de duas mil mulheres camponesas gaúchas contra a empresa multinacional Aracruz Celulose, em oito de março de 2006. A intenção é chamar a atenção dos males que as monoculturas de espécies exóticas, em especial os novos latifúndios de eucalipto<sup>25</sup> e pinus<sup>26</sup> usados principalmente para abastecer a indústria da celulose, papel, móveis e carvão vegetal para geração de energia e calor, causam ao povo e ao meio ambiente.

Tão logo encerrado o manifesto, as imagens e as notícias da pequena cidade de Barra do Ribeiro, próximo a Porto Alegre, percorreram o mundo. As agências européias e norte-americanas se encarregaram de divulgar a invasão ocorrida na madrugada de quarta-feira (8/3), Dia Internacional da Mulher. Até mesmo locais bem distantes do Brasil, como o Catar, ficaram informados via *AlJazeera.net*.

Em geral, o tom do noticiário da mídia gaúcha é de condenação e indignação. O principal jornal de Porto Alegre, Zero Hora, do Grupo RBS, deu em manchete no dia posterior ao evento, quinta-feira, 9 de março: "*Ação violenta do MST ameaça investimento de US\$ 1,2 bilhão no RS*". A manchete do Zero Hora coloca, com precisão, pelo lado empresarial, o foco de toda a questão: seriam mais de um bilhão de dólares que viriam para o Estado, com uma nova fábrica de celulose da empresa, além de uns 50 mil empregos diretos e indiretos. E que estariam ameaçados pela invasão das mulheres camponesas.

---

<sup>25</sup> Conforme a cartilha do eucalipto, lançada em 2006 pela Via Campesina, o eucalipto é uma árvore originária de regiões úmidas da Austrália. Para seu crescimento necessita consumir muita água. Acostumado a regiões úmidas e quentes, a espécie se desenvolve de maneira muito lenta em países do hemisfério norte, como Estados Unidos e Europa, que tem em grande parte do ano um clima muito frio. Como o Brasil é uma nação de clima quente e tropical é fácil compreender por que a espécie se adaptou por aqui.

<sup>26</sup> O pinus é um tipo de pinheiro, mas não tem nada a ver com a árvore brasileira. O nosso é de clima quente e nasce bem devagar, ao contrário do pinus trazido do hemisfério norte, acostumado ao clima frio, mas que acabou se adaptando à nossa natureza.

O jornal Correio do Povo, por sua vez, deu em manchete no dia 10 de março: *"Estado rompe relações com a Via Campesina e intima líderes"*. O governador interino, jornalista Antônio Hohlfeldt, declara na matéria de capa do Correio: *"A Via Campesina não terá espaço para praticar seus atos hediondos no RS, pois será acompanhada de cima pela Brigada Militar"*.

O Jornal do Comércio seguiu na mesma linha: "Manifestantes invadem horto da Aracruz". Na parte editorial, no entanto, o periódico optou por refletir o evento atrelado às questões da Reforma Agrária. Segundo teoria de Genro Filho (1989), procurou particularizar e universalizar a questão através da discussão sobre as políticas públicas do governo nacional.

Toda esta tensão terminou contaminando a mídia gaúcha: na quinta-feira posterior ao evento sucederam-se notas e comentários de diretores de jornalismo no site Coletiva.Net, envolvendo fatos relativos à cobertura da invasão das militantes camponesas à unidade da Aracruz em Barra do Ribeiro. "Invasão da Aracruz gera estremecimentos na área da Comunicação", informou uma manchete do Coletiva.Net. Os jornalistas das emissoras de TV Band-RS, Pampa-Record e SBT-RS acompanharam, de cima, os fatos e registram em seus noticiários. A RBS TV ficou de fora e não gostou.

Em comunicado interno, sob o título "O orgulho de não dar o furo", o diretor de telejornalismo da RBS TV, Raul Costa Jr., diz que "pela primeira vez" ficou "feliz" de "não dar antes uma notícia". Na mensagem, o diretor da RBS TV ainda afirma: "Não somos confiáveis pra fazer propaganda de um crime".

O diretor da Band-RS, jornalista Leonardo Meneghetti, rebateu em outra nota também divulgada pelo Coletiva.Net: "Lamento que ainda tenhamos profissionais que prefiram criticar a concorrência quando são furados. Jornalismo também se faz noticiando invasão de campo ou de empresa. E quem considera que isto é crime ou conivência mostra sinais de estar ultrapassado nas suas idéias. (...) Sonegar isto ao público é sonegar informação, e a Band não faz isso. (...) Sempre é mais fácil e cômodo criticar a vitória do concorrente do que reconhecer o erro".

Respondendo, em uma nova comunicação, o diretor da RBS TV disse que "não julgou o comportamento dos concorrentes", limitando-se a dizer que "as opções éticas de cada veículo devem ser julgadas pela sociedade, que retribui com audiência e credibilidade".

Na edição de sexta-feira (10/03), Zero Hora prossegue denunciando, em manchete de capa: *"Ataque em Barra do Ribeiro teve origem em orientação do Exterior"*. E acrescenta que haveria organizações internacionais pregando a expulsão de multinacionais e o fim do agronegócio. Embora não seja segredo para ninguém, as manchetes confirmam: a RBS está rompida com os movimentos sociais há alguns anos. Coerente com o posicionamento pró-empresarial, seus órgãos não deveriam, contudo, tentar brigar com a notícia.

Mas afinal, o que são monoculturas e "deserto verde" e como podemos conceituá-los para vincular e compreender os assuntos pertinentes?

Temos no Brasil<sup>27</sup> como em nenhuma parte do resto do mundo, imensas propriedades especializadas no cultivo de eucaliptos e pinus, com alta tecnologia, mecanização e pouca mão-de-obra. Voltado para exportação, principalmente para indústria de papel e celulose, o monocultivo de espécies exóticas vem crescendo a partir da produção de eucaliptos – espécie nativa da Austrália.

As monoculturas se formam ao redor de estratégias de grandes empresas capitalistas que atuam na agricultura com o único objetivo de aumentar seus lucros. Pouco se importam com os problemas sociais, ambientais ou para a saúde das pessoas. Não se importam com a falência dos agricultores, o sofrimento das pessoas ou a destruição na natureza. Desde que ganhem muito dinheiro em pouco tempo, o restante que se dane (VIA CAMPESINA, 2006, p. 11).

Atualmente, 100% da produção de papel e celulose no Brasil emprega matéria-prima de áreas de reflorestamento, sendo 65 % de eucalipto e 31% de pinus. Entretanto, longe estamos de poder chegar à conclusão de que podemos ficar tranqüilos e que há preservação ambiental.

Segundo a consultora de meio ambiente do Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor, Lisa Gunn, utilizar madeira de área reflorestada é sempre melhor do que derrubar matas nativas, mas isso não quer dizer que o ambiente está protegido. "Quando o reflorestamento é feito nos moldes de uma monocultura em grande

---

<sup>27</sup> A expansão inicial foi lenta e concentrada nos estados de Minas Gerais, Espírito Santo e Bahia. No Rio Grande do Sul instalaram-se nos anos 70 indústrias de madeira, celulose e papel nos municípios de Taquari e Guaíba. Houve inicialmente muita polêmica por causa da poluição e do mau cheiro provocado por estas indústrias. E as monoculturas de eucalipto, pinus e acácia começaram a surgir nas regiões próximas a estas indústrias. Os problemas ambientais mais graves se manifestaram na poluição dos rios, não tanto nas monoculturas de árvores. Até porque cresceram lentamente e em regiões bastante úmidas do Estado (próximo à bacia do Guaíba e da lagoa dos Patos) onde o déficit hídrico não chegava a ser visível (VIA CAMPESINA, 2006, p. 12).

extensão de terras, não é sustentável porque causa impactos sociais e ambientais, como pouca oferta de empregos e perda de biodiversidade".

Sob o argumento de reflorestamento, criam-se verdadeiros “desertos verdes” de produção de madeira para fábricas de celulose. O eucalipto é a principal espécie dessa estratégia e danifica o solo de forma irreparável. Conforme a cartilha lançada pela Via Campesina, uma vez plantado, não é possível retomar a fertilidade da terra e seus minerais. Além disso, as raízes da árvore penetram nos lençóis freáticos, prejudicando o abastecimento de água das regiões. Cada planta é capaz de consumir 30 litros de água por dia.

De acordo com algumas pesquisas científicas, a monocultura do eucalipto consome tanta água que pode afetar significativamente os recursos hídricos. Segundo Daniela Meirelles Dias de Carvalho, geógrafa e técnica da Fase, organização não-governamental que atua na área sócio-ambiental, só no norte do Espírito Santo já secaram mais de 130 córregos depois que a árvore foi introduzida no estado.

Outro indício da devastação e do desequilíbrio ambiental causados pelo plantio desta espécie exótica é o assoreamento dos rios, uma vez que a planta consome muita água. A falta dos recursos hídricos não aflige só os animais, como também impede a produção de qualquer tipo de alimento. O amendoim cresce raquítico, o feijão não se desenvolve, o milho não nasce, deixando claro que a improdutividade da terra generalizou-se para além das áreas onde estão as plantações de eucalipto.

As fábricas de celulose são também grandes consumidoras de água, com uso de muitos produtos químicos para o branqueamento da celulose, tendo sempre presente o risco de acidentes ambientais.

Outro impacto ambiental causado pelo monocultivo do eucalipto é a redução da biodiversidade da flora e da fauna. A espécie causa também a degradação da fertilidade dos solos, exigindo grandes investimentos de recuperação posterior à colheita e compactação pelo uso de máquinas pesadas.

#### 5.3.1.1 Insegurança para o meio ambiente e para a sociedade

O modo de produzir da fazenda do agronegócio, que se moderniza permanentemente, expulsa a mão-de-obra do campo, ao invés de gerar ocupação aos trabalhadores. “Só há empregos no plantio de mudas e no combate às formigas. Assim mesmo, poucos, pois o próprio plantio é altamente mecanizado” (VIA CAMPESINA, 2006, p. 27).

Um recente estudo sobre empregos realizado pelo IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística) nas regiões de atuação de uma destas empresas no estado do Espírito Santo aponta que a Aracruz, na época que buscava financiamento, afirmava que cada hectare de plantação de eucalipto geraria em média quatro empregos diretos, portanto, com seus 247 mil hectares plantados deveria gerar 988 mil empregos. Mas, não foi o que ocorreu. A empresa gerou apenas 2.031, segundo dados de 2004.

As pesquisas indicam que desde 1989 até os dias de hoje esta multinacional gigantesca criou 8.807 postos de trabalho, dos quais 2.031 diretos e 6.776 indiretos. Chama a atenção que em 1989 os empregos diretos eram 6.058, duas vezes mais que hoje e que desde que se iniciou a contar os indiretos em 1997, o número passou de 3.706 para quase a metade.

Ao negligenciar medidas de segurança, as indústrias de papel também ficam vulneráveis a acidentes ambientais graves, como ocorreu a pouco mais de um ano na Fábrica Cataguazes de Papel, em Cataguazes (MG). O rompimento de uma lagoa de tratamento de efluentes provocou o derramamento de cerca de 1,2 bilhão de litros de resíduos tóxicos no Córrego Cágados, que logo chegaram aos rios Pomba e Paraíba do Sul. A contaminação atingiu oito municípios e deixou cerca de 600 mil habitantes sem água. Com a morte dos peixes, pescadores e populações ribeirinhas ficaram sem seu principal meio de subsistência.

No Rio Grande do Sul, um dos fatores que fizeram a grande imprensa ficar raivosa – e parte dela não ser avisada no incidente – foi o fato de a ação das camponesas ter “destruído anos de pesquisa”. E aqui cabe a pergunta: toda pesquisa é para o bem da humanidade? Toda pesquisa é isenta? Seria então errado lutar contra as “pesquisas” levadas a cabo pelo nazismo durante a II Guerra Mundial? Ou então as pesquisas, feitas sem questionamentos por parte dos cientistas, que inventaram a bomba atômica? No dia-a-dia e bem mais próximo de nós estão as pesquisas, muito modernas, patrocinadas pelas grandes empresas de agrotóxicos e produtos geneticamente modificados. São pesquisas que realmente

oferecerão vida melhor para a humanidade ou somente aumentarão os lucros de quem as patrocina? Pesquisas que não levam em consideração o meio ambiente e a soberania alimentar dos povos não são úteis para a humanidade.

O debate sobre “deserto verde” no Rio Grande do Sul e no Brasil não surgiu do nada. É um assunto que cresce assim como aumentam as áreas de eucaliptos, plantadas em terras do nosso Estado. A Aracruz Celulose é líder mundial na produção de celulose branqueada de eucalipto, fabricando aproximadamente 2,4 milhões de toneladas por ano. Responde por cerca de 30% da oferta global do produto. Seu controle acionário é exercido pelos grupos Lorentzen, Safra e Votorantim (28% do capital votante cada) e pelo BNDES (12,5%). Dedicando-se precipuamente à produção e pesquisa de eucaliptos, a empresa possui plantações nos estados do Espírito Santo, Bahia, Minas Gerais e Rio Grande do Sul, que somam aproximadamente 261 mil hectares de plantios de eucalipto.

Aqui no Brasil, além do Rio Grande do Sul, em estados como Bahia e Espírito Santos a grande imprensa preferiu defender a empresa. Muito se tem publicado sobre a plantação de eucaliptos e os novos investimentos e ampliações de fábricas. Mas os reais danos desta empresa têm ficado sempre obscurecidos.

Na Europa, a família real sueca se sensibilizou com as denúncias sobre as ações da Aracruz Celulose no Espírito Santo. A denúncia foi veiculada na imprensa mundial logo após violenta ação da Polícia Federal contra os índios, em cumprimento a uma liminar da Justiça em favor da empresa. A decisão da Justiça não considerou inúmeras denúncias que lhe foram apresentadas de que a Aracruz Celulose tomou as terras dos índios durante a ditadura militar, e as explora até hoje. Pressionado pela opinião pública e vigorosos protestos contra a empresa, a família real colocou à venda suas ações da Aracruz.

O passivo provocado pelas monoculturas de eucaliptos foi pauta, até mesmo, do I Fórum da Igreja Católica do Rio Grande do Sul, realizado entre os dias 20 e 23 de setembro de 2007, na Pontifícia Universidade Católica do RS, em Porto Alegre.

Entre os destaques tratados, está o caso das licenças para o plantio de eucaliptos na zona sul do Estado. Os religiosos lembraram que a área está, curiosamente, em cima do maior manancial de água doce subterrâneo do mundo, o Aquífero Guarani.

Segundo o integrante da Comissão Pastoral da Terra (CPT/RS), Luiz Antônio Pasinato, a monocultura, além de empobrecer a terra, é sempre concentradora e excludente. De acordo com Pasinato, nos latifúndios (de soja e cana-de-açúcar, por exemplo) a colheita tem que ser feita com máquinas e implementos agrícolas, o que acaba expulsando o trabalhador do campo para a periferia das cidades. Ele também sustenta que as monoculturas não trazem sustentabilidade às famílias camponesas, que antes, comiam do que plantavam em suas lavouras e agora precisam ir ao supermercado comprar seu alimento.

A preocupação com os impactos ambientais das monoculturas na região Sul também foi debatida pelos religiosos. O plantio em larga escala não faz a justa distribuição da riqueza da terra e é prejudicial ao bioma pampa, porque altera a fauna e a flora da região. “O eucalipto é uma árvore que causa desequilíbrio ao ambiente, por ser uma planta exótica, que necessita de muita água para crescer. Ao contrário do que dizem essa cultura não gera emprego nem desenvolvimento para o Estado”, completa Pasinato, baseado nos indicadores de 2000 do Censo Agropecuário do Uruguai.

Segundo o Censo, para cada 1.000 hectares cultiváveis trabalham, em média, 4,49 camponeses no plantio do eucalipto; 5,89 na criação de gado; 9,18 na ovinocultura; 10 no cultivo de cereais, 22 na produção de leite, 128 na suinocultura; 165 na viticultura e 262 trabalhadores na agricultura familiar, o que revela uma diferença considerável entre os diferentes tipos de culturas e os tamanhos das propriedades.

### **5.3.2 Poluição Rio dos Sinos**

Há anos os ecologistas gaúchos denunciam as péssimas condições ambientais do rio dos Sinos, contaminado por efluentes industriais e pelo esgoto doméstico. Apesar das advertências, só depois que as imagens do desastre ocorrido no rio dos Sinos<sup>28</sup>, em São Leopoldo, no dia 7 de outubro do ano passado foram

---

<sup>28</sup> A bacia do rio dos Sinos fica no nordeste do Rio Grande do Sul, sendo delimitada a leste pela Serra Geral, a oeste e ao norte, pela bacia do rio Caí, e ao sul pela bacia do rio Gravataí. Estas bacias estão inseridas na bacia hidrográfica do rio Guaíba, a qual inclui a região metropolitana de



mostradas nacional e internacionalmente é que as autoridades decidiram agir de forma enérgica. Seis empresas receberam multas e 32 prefeituras estão obrigadas a apresentar um plano de saneamento.

Noticiado através dos meios de comunicação, a calamidade chocou pescadores e habitantes ribeirinhos da região. De grandes proporções para o ecossistema, o incidente causou a morte de no mínimo um milhão de peixes, o equivalente a mais de 100 toneladas. O crime foi considerado pelos ecologistas como a maior tragédia ambiental dos últimos 40 anos no Rio Grande do Sul. Antes deste, só o caso do Hermenegildo registrou tantos animais mortos e uma comoção tão grande da sociedade gaúcha.

A origem da catástrofe foi no Arroio Portão que deságua no Rio dos Sinos, local onde há grande concentração de curtumes. Estes estabelecimentos, que realizam o curtimento de couros e peles, são considerados culpados de lançarem resíduos químicos no arroio, de acordo com os técnicos da defesa civil do Estado.

Cenário este que mostra o descaso com o ambiente, tanto de alguns poluidores individuais, que nas madrugadas de expectativa de chuva lançam dejetos sem tratamento, como dos poderes públicos que postergam sempre o início do tratamento dos esgotos domésticos e que não dão prioridade política para a manutenção de órgãos ambientais eficientes para fiscalizar aquelas que agridem a natureza com o rigor que a sociedade espera.

Todos os indícios apontam para uma conjugação nefasta de fatores que levaram à tragédia. Por um lado, o rio estava baixo e represado pelo Guaíba. Com o pouco movimento de água, diminui o oxigênio dissolvido e concentram-se mais ainda os dejetos de esgoto cloacal não tratados. Muitas indústrias grandes da região do arroio Estância Velha – Portão – lançaram efluentes com carga poluidora acima do permitido em suas licenças.

Era sexta-feira (06/10) de noite e havia uma previsão de chuva forte, ocasião em que algumas empresas, com menor compromisso ambiental, costumam aproveitar para lançar uma grande dose de efluentes sem tratamento, na expectativa de que a chuva os dilua e os faça sumir sem deixar rastro. Só que a chuva não veio

---

Porto Alegre e deságua na Laguna dos Patos. A Região Metropolitana de Porto Alegre (RMPA) inclui 21 dos 29 municípios que constituem a bacia do rio dos Sinos. A bacia é habitada por 1,6 milhões de pessoas, representando 17% da população total do estado concentrada em apenas 3,5% do seu território. A poluição industrial constituiu a principal fonte de preocupação relativa à qualidade da água nesta bacia.

e o derrame dos dejetos agiu sobre uma situação crítica como a gota d'água que vira o copo. Foi o que bastou para toda esta carga ativar a fome dos microorganismos que acabaram com o oxigênio da água bem no período da piracema, ocasião em que milhares de peixes se movimentam para a reprodução. Encontraram um rio sem oxigênio e isso agrava ainda mais a questão e compromete a vida das espécies no futuro.

Estratégias de fiscalização foram anunciadas pelo Governo do Estado, que também promete instalar uma estação automática de monitoramento da água dos rios dos Sinos e Gravataí, os dois mais poluídos da Região Hidrográfica do Guaíba, segundo diagnóstico realizado durante o primeiro módulo do Programa Pró-Guaíba, atualmente paralisado por falta de verbas. A causa da mortandade, segundo as autoridades ambientais, foi a falta de oxigênio ocasionada por poluição orgânica, “com predominância doméstica”.

O termo “predominância doméstica” da nota oficial sobre o desastre ecológico significa fezes e urina. Pesquisa realizada por Luiz Roberto Malabarba, da Ufrgs, revelou em meados de 1990 que existem peixes com deformações ósseas causadas pela poluição no lago Guaíba, contaminado pelo esgoto de Porto Alegre e por efluentes industriais.

Se a poluição é tão intensa a ponto de causar mortandades de peixes e até deformações ósseas, que tipo de resíduo pode existir nos peixes que sobrevivem e são usados para a alimentação humana? E na água que bebemos? Se a maioria dos poluentes químicos é cumulativa, que substâncias tóxicas existem na população que consome peixes contaminados, produtos vegetais com resíduos de agrotóxicos, vive em ambientes com todo tipo de produto químico e respira ares urbanos poluídos?

Com a finalização de todo o aporte teórico necessário para a realização desta pesquisa, iniciado pelas concepções de jornalismo como produção de conhecimento pela ótica da singularidade, proposto por Genro Filho, perpassando pelo entendimento do cômico e do humor – explicitado por Freud e Bérghson –, até chegar ao jornalismo ambiental como uma atividade que requer militância, compromisso, capacitação, ética e profissionalismo, é chegada a hora de avaliar o papel jornalístico da charge e suas peculiaridades.

Fala-se tanto dos elementos visuais num jornal (tamanho da fonte, diagramação) e sua importância na manipulação dos fatos, e esquece-se de pensar

a charge, que também recorta e reorganiza a notícia, mas continua relegada a uma zona de tolerância chamada 'o lado alegre da notícia'.

No próximo capítulo analisaremos as charges de dois profissionais gaúchos, Iotti e Santiago, durante o mês de junho de 2007 nos jornais Zero Hora e Jornal do Comércio, respectivamente, e ao longo de dois eventos ambientais importantes ocorridos nos últimos tempos: a invasão das mulheres camponesas à empresa Aracruz Celulose, em Barra do Ribeiro, ocorrido em 8 de março de 2006 (a análise das charges publicadas em ambos os jornais versará sobre os dias que sucederam a invasão até o término de março), e ao desastre ambiental ocorrido em 7 de outubro de 2006 no rio dos Sinos, região metropolitana de Porto Alegre (a metodologia aqui empregada seguirá os mesmos preceitos da anterior: analisaremos os dias que sucederam ao evento em questão).

## 6 ANÁLISE DE CONTEÚDO

Toda pesquisa científica é motivada pelo desejo de compreensão de alguns aspectos do mundo real com a utilização de métodos de pesquisa já consagrados na área científica. Como já referido anteriormente, este estudo é realizado com base na técnica da revisão bibliográfica e da análise de conteúdo (AC)<sup>29</sup>. Trataremos, pois, a partir de agora, especificamente da Análise de Conteúdo, proposta e sistematizada por Laurence Bardin. Segundo a autora (1977, p. 42), AC é

[...] um conjunto de técnicas de análise das comunicações visando obter procedimentos sistemáticos e objectivos de descrição do conteúdo das mensagens, indicadores (quantitativos ou não) que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção (variáveis inferidas) destas mensagens.

Ainda, de acordo com Bardin, o conjunto de técnicas tem o propósito de produzir inferências de conhecimentos que abarquem “as condições de produção (ou, eventualmente, de recepção), inferência esta que recorre a indicadores (quantitativos ou não)” (1977, p. 48). A autora (Ibid p. 39) projeta, assim, a plena realização dos objetivos da análise de conteúdo para fora de si: o emprego da técnica serve não apenas à revelação de um dado, mas a sua interpretação. Propõe a seguinte analogia:

O analista é um arqueólogo. Trabalha com vestígios: os ‘documentos’ que pode descobrir ou suscitar. Mas os vestígios são a manifestação de estados, de dados e de fenômenos. Há qualquer coisa para descobrir por e graças a eles.

Ou seja, na AC, a inferência é considerada uma operação lógica destinada a extrair conhecimentos sobre os aspectos latentes da mensagem analisada. Assim como o arqueólogo ou o detetive trabalham com vestígios, o analista trabalha com índices cuidadosamente postos em evidência para inferir conhecimentos sobre o emissor ou sobre o destinatário da comunicação.

---

<sup>29</sup> Historicamente foi nos Estados Unidos, no contexto behaviorista das ciências humanas e por interesse dos governos em adivinhar as orientações políticas e estratégicas dos países estrangeiros, com a ajuda de documentos acessíveis, que se fez do analista um detetive munido de instrumentos de precisão (Bardin, 1977, p. 29).

Além disso, a análise de conteúdo cumpre, na opinião de Lozano (apud DUARTE & BARROS, 2006, p. 286), com os requisitos de sistematicidade e confiabilidade.

A análise de Conteúdo é sistemática porque se baseia num conjunto de procedimentos que se aplicam da mesma forma a todo o conteúdo analisável. É também confiável – ou objetiva – porque permite que diferentes pessoas, aplicando em separado as mesmas categorias à mesma amostra de mensagens, possam chegar às mesmas conclusões.

Da perspectiva de Bardin (1977, p. 39), os trabalhos baseados na AC se desenvolvem em três etapas. A descrição, entendida como “enumeração das características do texto, resumida após tratamento”, é a primeira; a interpretação, “significação concedida a essas características”, é a terceira. Entre as duas se interpõe a inferência (ou dedução lógica): “é o procedimento intermediário, que vem permitir a passagem, explícita e controlada, de uma à outra”.

A autora afirma que as inferências são de dois tipos, podendo revelar as causas ou os efeitos de um determinado enunciado. As primeiras são realizadas a partir da procedência da comunicação – o emissor e a situação na qual se encontra –, as segundas, a partir do destinatário. Procuraremos, nesse trabalho, inferir sobre o primeiro tipo, ou sobre o que se pode chamar de condições de produção, segundo P. Henry e S. Moscovici, citados por Bardin (1977, p. 40):

Qualquer análise de conteúdo visa, não o estudo da língua ou da linguagem, mas sim a determinação mais ou menos parcial do que chamaremos as condições de produção dos textos, que são o seu objecto. [...] O conjunto das condições de produção constitui o campo das determinações dos textos.

Bardin (Ibid, ibidem) ressalva que o termo *condições de produção* é vago para permitir possibilidades de inferências muito variadas. Esta denominação, segundo ela, leva apenas em consideração a produção, deixando de lado as possibilidades de inferência sobre a recepção da mensagem.

Desta maneira, pertencem ao domínio da análise de conteúdo todas as iniciativas que, a partir de um conjunto de técnicas parciais, mas complementares, consistam na explicitação e sistematização do conteúdo das mensagens e da expressão deste conteúdo, com o contributo de índices passíveis ou não de quantificação, a partir de técnicas, que embora parciais, são complementares.

Neste viés, a abordagem da presente pesquisa tem por finalidade efetuar deduções lógicas e justificadas, referentes à origem das mensagens tomadas em consideração sobre como o humor aplicado ao jornalismo trata o meio ambiente nas charges publicadas por Iotti e Santiago nos diários Zero Hora e Jornal do Comércio, respectivamente.

## 6.1 OBJETIVOS DA ANÁLISE DE CONTEÚDO

Para Bardin (1977, P. 29), a análise de conteúdo serve a dois objetivos: “a ultrapassagem da incerteza”, ou seja, a resposta à dúvida de se “o que eu julgo ver na mensagem estará lá efetivamente contido, podendo essa ‘visão’ muito pessoal ser partilhada por outros”, e “o enriquecimento da leitura”, ou seja, “a descoberta de conteúdos e de estruturas que confirmam (ou infirmam) o que se procura demonstrar a propósito das mensagens [...]”. Em outras palavras, o analista necessita compreender o sentido real da comunicação (como se fosse o receptor normal), mas também e principalmente desviar o olhar para outra significação, outra mensagem. A autora atribui à técnica o poder de ir além das aparências, característica que, como frisa Meditsch (1992), diferencia o conhecimento da Ciência do conhecimento do jornalismo.

Bardin ressalva que, por conta da necessidade de adaptar a técnica a cada tipo de “fala” tida como objeto e cada interpretação pretendida, convém falar em “análises de conteúdo”, no plural. A técnica de AC, diz, precisa ser adequada ao domínio e ao objeto pretendidos, sofrendo reinvenções que, em verdade, são desenvolvimentos a partir das diretrizes estabelecidas em obras de referência como a sua.

O trabalho de Bardin (1977, p. 31) atribui às análises de conteúdo uma capacidade de se aplicar a um conjunto muito vasto de objetos, contidos genericamente sob a designação de “as comunicações”, ou “qualquer transporte de significações de um emissor para um receptor controlado ou não por este, deveria poder ser escrito, decifrado pelas técnicas de análise de conteúdo”. P. Henry e S. Moscovici, citados pela autora, simplificam: “tudo o que é dito ou escrito é susceptível de ser submetido a uma análise de conteúdo” (p.33).

Dentre os diversos modos da análise de conteúdo descritos por Bardin, a proposta pelo presente estudo serve-se da Descrição Analítica.

A descrição analítica funciona segundo procedimentos sistemáticos e objectivos de descrição do conteúdo das mensagens. Trata-se, portanto, de um tratamento da informação contida nas mensagens (BARDIN, 1977, p.34).

A autora cita como exemplo de seu emprego a análise temática, a qual dá origem aos dados sobre o qual dedica-se essa monografia. Em um exemplo, a define como a contagem de um ou vários temas ou itens de significação, numa unidade de codificação previamente determinada. Segundo ela, podem ser unidades de codificação a palavra, a frase, o minuto, o centímetro quadrado, entre outros.

Conforme Bardin, “fazer uma análise temática consiste em descobrir os ‘núcleos de sentido’ que compõem a comunicação e cuja presença, ou freqüência de aparição podem significar alguma coisa para o objectivo analítico escolhido” (1977, p.106). Considerando núcleos de sentido os temas das charges jornalísticas, nosso objectivo analítico é verificar quais fatores influenciam na predominância de um ou outro tipo de tema, bem como o seu significado.

A finalidade da Descrição Analítica, de acordo com Bardin, é classificar e recensear um texto, ou uma charge, segundo a freqüência de presença ou ausência de itens de sentido, de modo que se possa tomá-lo todo em consideração. O procedimento utilizado para alcançar tal fim é o emprego de categorias, entendidas como “espécie de gavetas ou rubricas significativas que permitem a classificação dos elementos de significação constitutivas, da mensagem” (1977, p. 37).

A técnica consiste em classificar os diferentes elementos nas diversas gavetas segundo critérios susceptíveis de fazer surgir um sentido capaz de introduzir numa certa ordem na confusão inicial. É evidente que tudo depende, no momento da escolha dos critérios de classificação, daquilo que se procura ou que se espera encontrar (p.37).

A intenção desta classificação, segundo Bardin, é deduzir daí certos dados, que dizem, por exemplo, no caso deste estudo, respeito ao motivo pelo qual determinada temática ambiental deixou ou não de ser abordada pelo chargista nos jornais analisados.

### 6.1.1 Procedimentos de codificação e categorização

A codificação, processo pelo qual o conteúdo do *corpus* da análise é transformado em dados para permitir sua representação foi formulado a partir do aporte teórico produzido e refletido ao longo desta pesquisa. A codificação precisa se dar sobre um recorte do material trabalhado, as chamadas “unidades de registro” (BARDIN, 1977, p.114). No caso deste estudo, elas correspondem às charges publicadas por Iotti e Santiago nos jornais Zero Hora e Jornal do Comércio, respectivamente.

Para refletirmos sobre como o humor aplicado ao jornalismo trata o meio ambiente em charges publicadas pelos diários de massa no Rio Grande do Sul – objetivo geral desta pesquisa – decidimos selecionar as edições dos jornais Zero Hora e Jornal do Comércio que circularam ao longo do mês de junho, quando é comemorado o dia internacional do meio ambiente, no dia 5. Optamos também por abordar dois outros eventos ambientais de grande impacto ocorridos no Estado em 2006. Trata-se da invasão das mulheres camponesas à empresa Aracruz Celulose, em Barra do Ribeiro, ocorrido em 8 de março de 2006, e o desastre ambiental sucedido em 7 de outubro de 2006 no rio dos Sinos, região metropolitana de Porto Alegre. A metodologia aqui empregada seguirá os mesmos preceitos da anterior: serão analisadas as charges de Iotti e Santiago publicadas ao longo do mês em questão que abordarem as temáticas acima citadas.

Antes de iniciarmos a análise do objeto de estudo desta monografia é necessário, ainda, determinar e especificar categorias para que possa ser feito um agrupamento das charges em razão dos caracteres comuns destes elementos. A categorização nada mais é que a operação que consiste em classificar os elementos constitutivos do conjunto, produzindo diferenciação e reordenamento de acordo com critérios previamente definidos e úteis aos fins de pesquisa. O critério da categorização, segundo Bardin (1977, p. 117), pode ser semântico (categorias temáticas), sintático (os verbos e adjetivos), léxico (classificação das palavras segundo o seu sentido) e expressivo (categorias que classificam as diversas perturbações da linguagem).

Dividiremos o material em três grandes temas: ‘Monoculturas de árvores exóticas’, ‘Desastre no rio dos Sinos’ e ‘Data comemorativa’. Dentro destes três



grandes temas foram encontradas três categorias – *filtros midiáticos*, *democratização da temática ambiente* e *humor social*.

Os *filtros midiáticos*, abordados ao longo do capítulo dois, foram subdivididos em quatro subcategorias ou unidades de registro: valores/notícia (gatekeeper), agendamento, espiral do silêncio e cunho ideológico.

A *democratização da temática ambiente* está fragmentada em três unidades de registro: interdisciplinaridade jornalística (situa, contextualiza e informa globalmente o assunto?), parcialidade (assume posição) e cunho educativo (a opinião visa ensinar ou apenas criticar).

Por fim, a terceira e última categoria, calcada no *humor social*, foi decomposta em duas unidades: humor inocente ou de costumes e humor tendencioso.

**Tabela 1**

Monoculturas de árvores exóticas	<b>Temáticas</b> Poluição rio dos Sinos	Data comemorativa
Filtros midiáticos	<b>Categorias</b> Democratização da temática ambiente	Humor Social
<b>Unidades de registro</b>		
<b>Filtros midiáticos</b> - valores/notícia (gatekeeper)		
- agendamento		
- espiral do silêncio		
- mote ideológico		
<b>Democratização da temática</b> - interdisciplinaridade jornalística		
- parcialidade		
- cunho educativo		
<b>Humor Social</b> - humor inocente ou de costume		
- humor tendencioso		

Tabela 1: explicitação das categorias  
Fonte: a autora

### 6.1.2 A organização da pesquisa

A análise de conteúdo organiza-se em três momentos: a pré-análise, a exploração do material e o tratamento dos resultados, inferência e interpretação.

Na primeira, a fase da organização, como propõe Bardin (1977, p. 95), desempenham-se as tarefas de escolha dos documentos que serão objeto do trabalho, a formulação de hipóteses e dos objetivos e a elaboração dos indicadores que serão utilizados na análise. Pode-se dizer que este trabalho cumpriu as referidas missões após reformulação de seu anteprojeto e discussões com seu orientador.

Estabeleceu-se o período de tempo e o conjunto de chargistas (e respectivos jornais em que publicam) a serem analisados por esta monografia. Como *corpus* da análise ficou definido: todas as charges jornalísticas publicadas nos jornais Zero Hora e Jornal do Comércio por Iotti e Santiago que tratem da temática ambiental ao longo dos meses de março e outubro de 2006 (referentes à invasão das mulheres camponesas ao horto florestal da Aracruz e da tragédia no rio dos Sinos, respectivamente) e junho de 2007 (data comemorativa do dia do Meio Ambiente).

A formulação de hipóteses – a opinião retratada pela charge apresenta uma abordagem fragmentada no tratamento das questões ambientais – se deu concomitantemente à eleição do tema, assim como o objetivo geral desta pesquisa, que é fazer uma reflexão sobre como o humor aplicado ao jornalismo trata o meio ambiente em charges publicadas pelos jornais de massa no Rio Grande do Sul.

Nossos objetivos específicos visam analisar a forma pela qual este gênero opinativo dialoga com o receptor acerca das causas e conseqüências de ocorrências do campo ambiental.

A fase de exploração do material processou-se no início de outubro, após o término da revisão bibliográfica utilizada neste trabalho. Esta etapa correspondeu ao trabalho de tradução em dados do material contido no *corpus* deste estudo. O passo seguinte diz respeito ao tratamento e interpretação dos resultados. É o que veremos a seguir.

## **6.2 ANÁLISE DAS CHARGES: MONOCULTIVO DE ESPÉCIES EXÓTICAS**

O *corpus* desta temática totalizou-se em quatro charges. Três delas publicadas por Santiago, e uma delas por Iotti. De forma geral, a análise nos mostra

de imediato as diferenças em termos de abordagem de ambos os chargistas. Enquanto Santiago procura retratar por diversos ângulos o debate envolvendo o monocultivo de espécies exóticas em suas charges – de políticas públicas ao cientificismo tecnológico –, Iotti prefere se ausentar do assunto ao fazer uma breve referência ao tema apenas pela questão dos movimentos sociais.

Santiago publica entre sete e oito charges por mês no *Jornal do Comércio*. Em março, publicou oito (nos dias 2, 7, 10, 15, 20, 23, 28 e 31). Tendo em vista a ocorrência do evento no dia internacional da mulher, comemorado no dia 8 de março, é fácil detectar que o chargista só poderia tratar o assunto a partir do décimo dia (oportunidade seguinte ao evento). Desta forma, é possível ver que metade das opiniões emitidas por Santiago foi ao encontro da problemática do monocultivo de espécies no Estado, uma frequência de 50%.

Iotti, se comparado ao espaço que dispõem em *Zero Hora*, teve uma abordagem ínfima. Dos 31 dias de março, em dois (30 e 31) foi substituído pelo interino Ronaldo. Da mesma forma, Iotti só poderia abordar o incidente após o dia 8 (quarta-feira). Portanto, das 21 charges publicadas pelo chargista em *Zero Hora* (no período entre 9 e 29 de março), apenas uma discutiu a temática, ou seja, aproximadamente 5% no tratamento da questão. Veja na tabela:

**Tabela 2**

<i>CHARGISTA</i>	<i>FREQUÊNCIA MENSAL</i>	<i>FREQUÊNCIA TEMÁTICA</i>	<i>ABORDAGEM EM %</i>
Iotti	21	1	4,76%
Santiago	6	3	50%

Tabela 2: Frequência temática monoculturas  
Fonte: a autora

## 6.2.1 Charge N° 1

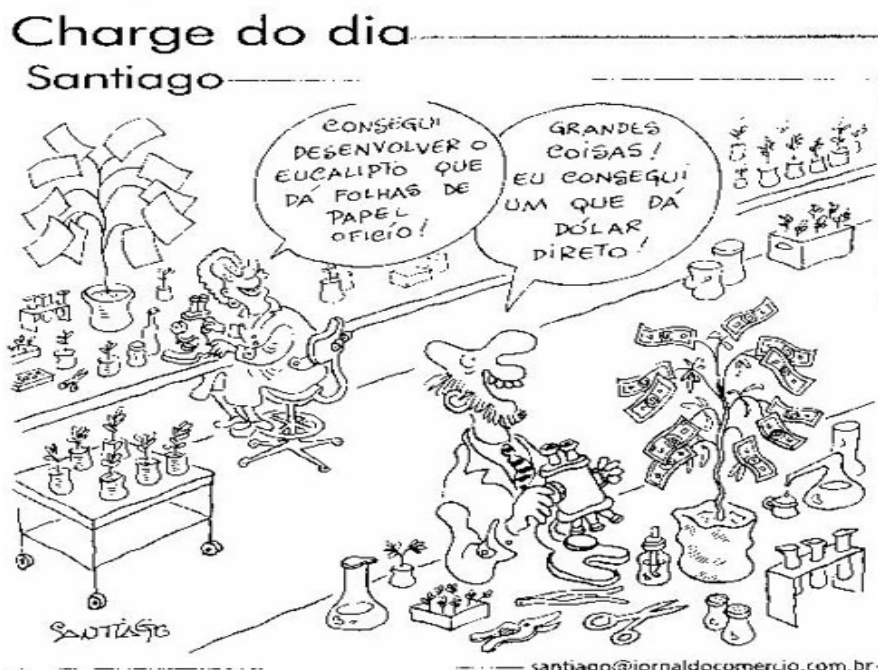


Figura 6: Charge nº 01

Fonte: Esta charge do Santiago foi feita para o Jornal do Comércio em março de 2006. Publicada em 15 de março de 2006, quarta-feira.

A primeira charge publicada por Santiago sobre o monocultivo de espécies exóticas em março de 2006 remete ao episódio na Aracruz. O incidente envolvendo aproximadamente duas mil mulheres camponesas ligadas à Via Campesina – que invadiram o Horto Florestal Barba Negra, em Barra do Ribeiro, para chamar a atenção sobre “os prejuízos do deserto verde”, segundo apuração da autora em reportagem realizada no ano passado (Anexo C) – resultou na destruição de aproximadamente 1 milhão de mudas de eucalipto prontas, além de um laboratório de pesquisa de alta tecnologia.

Nesta charge, embora não teça críticas diretas à Aracruz Celulose – dona do laboratório danificado pelas mulheres camponesas –, julga o cientificismo exacerbado de alguns especialistas (patrocinados por grandes multinacionais do agronegócio) na busca por novas tecnologias e conhecimentos (geradores de lucros).

Enquanto um dos cientistas retratados pelo desenho informa, feliz, que conseguiu desenvolver o eucalipto que dá folhas de papel, o outro goza de sua

superioridade: “eu consegui um que dá dólares”. Transportando para o nosso dia-a-dia, é exatamente isto o que acontece com as multinacionais do agronegócio. Impedidas pela legislação ambiental de criarem verdadeiros “desertos verdes” em seus países de origem dirigem-se à América Latina onde têm carta branca dos governos e da própria mídia para a exploração de seus recursos – uma atividade que gera milhões de dólares anualmente para estas empresas aqui no Brasil.

Exemplo disso é a Stora Enso – multinacional sueco-finlandesa implantada aqui no Estado – que investe pesado na conquista de corações e mentes no Rio Grande do Sul. O mais recente capítulo dessa ofensiva foi o convite feito pela empresa a um grupo de jornalistas gaúchos para visitar a sede da Stora Enso na Finlândia no final de 2006. Integraram a comitiva, entre outros e outras: José Barrionuevo, Políbio Braga, Diego Casagrande, Rogério Mendelski, Ana Amélia Lemos, Lucia Ritzel e Afonso Ritter.

A maioria dos jornalistas produziu relatos positivos sobre as atividades da empresa. Um dos mais entusiasmados, o jornalista Diego Casagrande, escreveu em seu blog<sup>30</sup> no dia 21 de novembro de 2006:

os investimentos, que mudarão a face econômica da empobrecida metade sul, tem sido bombardeados por ONGs e pela esquerda em geral, que falam a torto e a direito na criação de desertos verdes. São mentiras e bobagens que repetidas, podem virar verdade na cabeça de muita gente (...) A grande vantagem do florestamento no Brasil é que há terra em abundância e, principalmente, porque o eucalipto pode ser cortado em apenas sete anos, ao contrário das árvores aqui na Europa, onde o ciclo pode chegar a 70 anos.

É sabido que o desenvolvimento científico e tecnológico passa pela pesquisa. Mas, nem todo desenvolvimento traz sustentabilidade ao ambiente. Será que é possível cumprir metas simultâneas que garantam o lucro, preservem o planeta e respeitem as pessoas?

Estes movimentos sociais acusados de depredar as instalações da Aracruz Celulose acreditam que não. Na avaliação deles, a agroindústria destrói a agricultura de subsistência – fonte de renda e sobrevivência de milhares de pessoas no País. Além disso, acreditam que essas empresas multinacionais “vendem a ilusão do progresso e de que qualquer pesquisa é favorável à humanidade”, afirma nota

---

<sup>30</sup> <[www.blogdodiego.com.br](http://www.blogdodiego.com.br)> Acesso em 26 out. 2007. Busca pela palavra “stora enso”

divulgada pela Marcha Mundial das Mulheres um dia após o incidente (Veja nota na íntegra no Anexo 4).

A mídia, no episódio da Aracruz, tinha o dever, segundo o código de ética para jornalistas ambientais (Anexo A), de informar o público sobre as ameaças ao ambiente e de citar as razões pelas quais as trabalhadoras se movimentavam no Rio Grande do Sul contra a Aracruz Celulose e seu laboratório de pesquisas. No entanto, poucas palavras acerca dos reais motivos do protesto e da expansão da monocultura de eucalipto foram proferidas. Escassos veículos da grande mídia deram espaço para as razões do movimento.

Em entrevista a esta autora publicada no site AmbienteJá<sup>31</sup> em 29 de março de 2006, dias após o episódio, mulheres da Via Campesina afirmaram não ter protestado apenas contra as plantações de eucaliptos. O ato também teve como objetivo manifestar solidariedade aos povos indígenas que tiveram suas terras invadidas pela Aracruz no Estado do Espírito Santo no final de 2005 e início de 2006.

Dar voz a movimentos sociais não é interesse da grande mídia, de acordo com Guareschi (2002, p. 68). Muito menos bater de frente contra corporações desse porte. Até porque, segundo os autores, não é segredo para ninguém qual a fonte principal de recursos financeiros desses meios de comunicação. “É a publicidade, de certo modo, ‘patrão’ da empresa, isto é, quem dá subsídios para a mídia” (GUARESCHI & BIZ, 2005, p. 158).

O chargista Santiago, objeto de análise desta monografia, em entrevista ao Fazendo Media<sup>32</sup>, de 9 de junho de 2006, assegura que a plantação de eucaliptos e a instalação de empresas de celulose na metade sul do Rio Grande do Sul é pauta imprescindível, mas que não recebeu ainda a importância devida. Segundo ele, o chamado “deserto verde” não foi sequer tocado pelos veículos porque a Aracruz, empresa responsável por um dos empreendimentos, é também uma grande anunciante dos veículos de comunicação no Estado. “Se for discutir a questão vai ter que entrevistar um ecologista, e ele vai ter que falar que as empresas papeleiras são as mais poluentes do mundo. Então é melhor ficar quietinho”, disse ele em reportagem ao site.

---

<sup>31</sup> Agência de Informação Ambiental no qual esta autora trabalha. Site [www.ambienteja.info](http://www.ambienteja.info)

<sup>32</sup> <[www.fazendomedia.com/diaadia/nota090606.htm](http://www.fazendomedia.com/diaadia/nota090606.htm)>. Acesso: 26 out. 2007

Guareschi & Biz (2005, p. 159) tentam explicar o fenômeno: “grandes companhias de publicidade raramente irão patrocinar programas [ou jornais] com conteúdos críticos ou ideológicos como a degradação ambiental e/ou a denúncia do perigo das plantas transgênicas”.

Quando se divulga camponeses que protestam desta maneira, destruindo sementes e laboratórios de pesquisa, não se pode colocá-los como vândalos sem justificativa. A situação extrema, que leva pessoas a cometerem tais protestos, é uma tentativa de impedir — já que nenhum outro mecanismo consegue — a continuação deste processo.

Ao invadirem o laboratório destruindo as sementes, as trabalhadoras rurais expressaram seu repúdio ao modelo econômico que lhes têm roubado o sustento e a própria vida. No entanto, a ação das Sem Terra tem sido veiculada pela mídia como um caso de polícia.

### 6.2.2 Charge N° 2



Figura 7: Charge nº 02

Fonte: Esta charge do Santiago foi feita para o Jornal do Comércio em março de 2006. Publicada no jornal em 20 de março de 2006, segunda-feira.

Na segunda abordagem, Santiago aproveita para trazer novamente o tema ao debate público ao fazer referência a uma proposta de autoria do então vereador Ibsen Pinheiro (PMDB), hoje deputado federal. Em 2005, o parlamentar protocolou projeto de lei na Câmara de Vereadores de Porto Alegre prevendo o cercamento dos maiores parques da cidade, dentre eles o da Redenção.

Neste desenho, embora não trate como crítica central, Santiago aproveita o gancho para provocar a onda de plantio de eucalipto no Estado. Diversas empresas multinacionais – dentre elas Aracruz Celulose, Stora Enso e Votorantim Celulose e Papel (VPC) – têm adquirido vastas áreas no sul do Estado (e da América) para plantar espécies exóticas. Estas áreas, localizadas no Bioma Pampa, abrangem áreas de três países - Argentina, Brasil e Uruguai – e se transformaram em um pólo mundial para o plantio de eucaliptos e produção de celulose.

Apesar da magnitude e dos potenciais impactos da implantação deste novo pólo econômico no Estado, este tema não tem sido discutido da forma que mereceria. O que se assistiu nas audiências públicas do Zoneamento Ambiental da Silvicultura no primeiro semestre de 2007, por exemplo, não foi uma discussão em que primassem questões técnicas ambientais ou mesmo sociais e econômicas, mas sim posições baseadas no dilema empregos e desenvolvimento versus meio ambiente.

Preocupam, ainda, as estratégias utilizadas por alguns para, assim como ocorreu na discussão dos transgênicos, “ideologizar” a discussão, como forma de desqualificar aqueles que defendem o Zoneamento, tachando-os de atrasados, anti-desenvolvimentistas ou mesmo associando-os a determinados movimentos sociais ou partidos políticos, numa tentativa de estigmatizá-los e isolá-los, dando contornos políticos a uma questão que é, ou deveria ser, fundamentalmente técnica.

Há uma tentativa de desvirtuar e simplificar uma discussão técnica, mas que, obviamente, tem aspectos ideológicos inerentes à atividade econômica discutida.



## 6.2.3 Charge N° 3



Figura 8: Charge nº 03

Fonte: Esta charge do Santiago foi feita para o Jornal do Comércio em março de 2006. Publicada no jornal em 23 de março de 2006, quinta-feira.

Neste desenho, Santiago identifica outra problemática brasileira: o desmatamento da Amazônia. De acordo com os dados divulgados em outubro de 2007 pelo Instituto Nacional de Pesquisas Espaciais (Inpe), baseados em imagens de satélite obtidas pelo sistema de Detecção de Desmatamento em Tempo Real (Deter), a área total devastada na Amazônia entre junho e setembro deste ano foi 8% maior do que no mesmo período em 2006. No entanto, se levado em conta somente o mês de setembro, o aumento da devastação é, segundo as informações do Deter, de significativos 107%. De posse dessas informações, o governo afirmou que pretende rever o Plano de Combate ao Desmatamento de modo a intensificar o número de operações nos três estados mais problemáticos: Pará, Mato Grosso e Rondônia.

Portanto, como reflete Santiago, fica difícil compreender porque na Amazônia se destroem florestas para fazer campo – destinados principalmente à

plantação de soja, exploração de recursos naturais e cultivo de gado – e no sul se destroem o campo para fazer floresta<sup>33</sup>.

#### 6.2.4 Charge N° 4

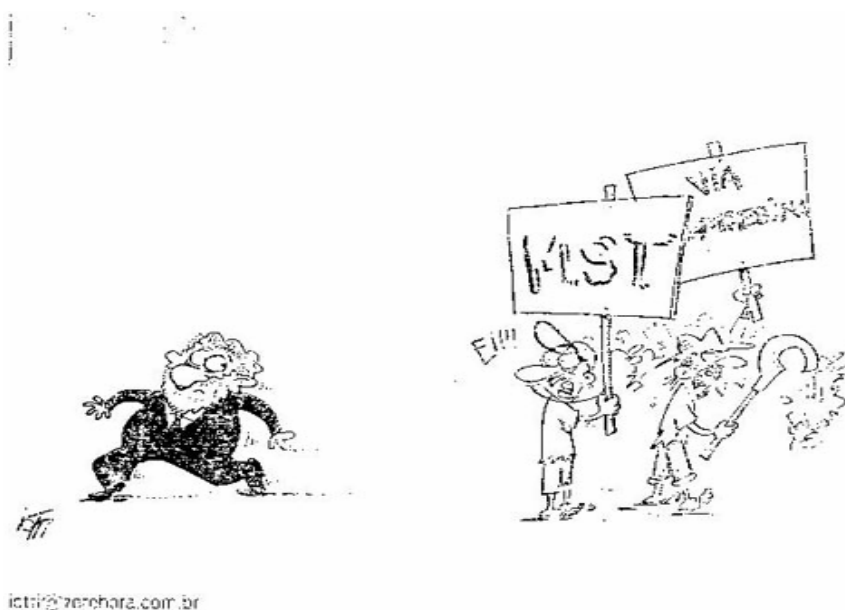


Figura 9: Charge nº 04

Fonte: Esta charge do Lotti foi feita para o jornal Zero Hora em março de 2006. Publicada no jornal em 11 de março de 2006, sábado.

Para analisar a charge nº 4 considera-se oportuno recuperar algumas informações reproduzidas pelo jornal Zero Hora com as quais o desenho dialoga. Os dias que antecederam essa charge foram marcados por uma quantidade significativa de fatos que deixaram perplexos desde os cidadãos comuns até pessoas e entidades do meio governamental.

O processo de criminalização dos movimentos sociais é, a cada dia que passa, uma realidade concreta em boa parte da mídia gaúcha. Há uma escalada de adjetivos e associações no ar, sendo uma das mais recentes a tentativa de associar organizações como o MST e a Via Campesina a quadrilhas de foras-da-lei e, mesmo, ao terrorismo. A ação das mulheres da Via Campesina no Horto Florestal da

<sup>33</sup> É preciso ressaltar que não se pode denominar ‘plantação de árvores’ como florestas. Seu nome correto é ‘monocultivo de árvores’.

Aracruz Celulose funcionou como uma espécie de senha para o lançamento de uma nova e pesada ofensiva nesta direção.

O Grupo RBS, patrão de Lotti, lançou dias após o evento uma verdadeira cruzada midiática, apresentando o MST e a Via Campesina como uma espécie de braço da Al Qaeda no campo brasileiro. Em sua edição de terça-feira (25/03/2006), o jornal Zero Hora diz em sua manchete: “Promotores tentam rastrear dinheiro do Exterior para o MST”. “A quebra de sigilo objetiva investigar se há financiamento internacional irregular ou desvio de finalidade de verbas públicas”, acrescenta.

Na matéria interna, de duas páginas, o jornal cobra do governo gaúcho a promessa de cortar o repasse de verbas para a Via Campesina. “A decisão de romper todos os contratos do governo estadual com entidades ligadas ao movimento, como represália à destruição do laboratório da Aracruz Celulose, segue no terreno das promessas”, diz o texto assinado por Humberto Trezzi. “Após 45 dias da determinação do então governador em exercício Antonio Hohlfeldt de romper os contratos, o governo do Estado suprimiu apenas um convênio”, acrescenta.

Ao contrário de Santiago, o debate proporcionado por Lotti no único desenho produzido pelo chargista ao longo de todo o mês de março sobre o episódio da Aracruz referente ao monocultivo de espécies exóticas vai de encontro a dois dos maiores movimentos sociais do Brasil: Movimento Sem Terra (MST) e Via Campesina. No desenho, Lotti mostra o presidente Lula fugindo dos grupos, numa clara tentativa de se ausentar – e de não emitir opinião – sobre os atos desses movimentos sociais.

No evento, as mulheres camponesas, pela sua ação, disseram que o agronegócio de papel e celulose não garante o uso social e ecológico da terra e da água. A expansão da monocultura da celulose quer inviabilizar a necessidade da reforma agrária e agrícola no Brasil. Não produz alimento. Ninguém come eucalipto. Não gera emprego proporcional à quantidade de terra utilizada. Não garante uma relação responsável com o ambiente inteiro. Não distribui riqueza, fazendo do Brasil um ponto subordinado – também na área da pesquisa – no quadro internacional do capital papeleiro.

As necessidades infindáveis e insustentáveis de consumo de papel e derivados no capitalismo têm como referência os padrões de uma burguesia mundial que precisa demais do papel porque escreve demais, embrulha demais, empacota demais, compra demais e gasta demais.

O fato é que o papel higiênico, as fraldas, os jornais, os livros, o material de propaganda e as embalagens das milhares de mercadorias do Primeiro Mundo dependem da nossa terra, da nossa água e do nosso clima para existir. Expandir a produção de celulose alimenta este padrão insustentável de consumo que depende da exploração da natureza de uma região do planeta, o Sul pobre, para manter o padrão de vida de outro, o Norte rico.

As mulheres camponesas foram compelidas a realizar um gesto extremo, pois não estão sendo ouvidas. Se a reforma agrária fosse feita pra valer e o ambiente estivesse sendo preservado, se as cartas e os documentos por elas, cuidadosamente, elaborados e apresentados a governos e meios de comunicação, tivessem sido acolhidos, não existiria Aracruz destruída em 8 de março de 2006.

Para os capitalistas, a terra, a água, as sementes, o ar, as matas são recursos que devem ser explorados conforme seus interesses econômicos. Para as mulheres camponesas, estes elementos da natureza são base da vida, não tem preço e jamais poderão ser mercantilizados. Para as mulheres camponesas a terra deve cumprir função social não comercial, deve alimentar a vida, não os lucros.

Tem-se assim recuperado o contexto sócio-histórico e político, como também as circunstâncias em que estão inscritos este fato. Partimos, agora, para a análise levando em consideração as categorias e unidades de registro mencionadas no início do capítulo.

No que diz respeito à categoria '*Filtros Midiáticos*' fica claro que o chargista do Jornal do Comércio foi agendado pelo episódio da Aracruz nas opiniões publicadas ao longo do mês de março de 2006 – (busca feita por esta autora mostra, pelo menos, outras cinco charges abordando o monocultivo de espécies no sul do Estado, veja no Anexo 5). O fluxo contínuo de crítica referente à temática foi detectado em três das seis abordagens do autor. Ou seja, para os leitores do periódico, o debate sobre o monocultivo dessas espécies não foi condenado à inexistência social. Muito pelo contrário, foi frequentemente exposto e trazido para contestação pública (de forma geral, ao ser agendado pelo evento, o chargista, conseqüentemente, também agendou seus leitores sobre a temática).

O mesmo não se pode dizer de Iotti que, como referido anteriormente, preferiu se ausentar do debate. Deduz-se que houve critérios ideológicos que impulsionaram o chargista a se calar (espiral do silêncio) e se abster por completo do debate. Um desserviço à sociedade, segundo o Código de Ética da Federação

Internacional de Jornalistas de Meio Ambiente. De acordo com o documento, o profissional não pode ser influenciado por interesses comerciais, políticos, governamentais ou não governamentais. Na teoria, o jornalista precisa manter distância de tais instâncias. Mas na prática, é sabido que a censura impera quando se quer emitir opinião de algo que envolve negócios – multinacionais da celulose patrocinam, através de anúncios e publicidade, os jornais. Por isso, na grande maioria das vezes, a visão do chargista não pode ser a visão do povo, da massa. Precisa ser a visão dos próprios periódicos, do dono, do grande empresário.

Assim, uma gama de assuntos importantes e relevantes para a sustentabilidade do ambiente vai ficando intocável, pois preferem as relações de negócios da empresa (jornal). Temas como aquecimento global, por exemplo, dificilmente são abordados de forma educativa na imprensa gaúcha (a divulgação sobre as conseqüências catastróficas, por outro lado, não saem mais da pauta). Por que será? Fácil explicar. Montadoras de carros são um dos principais anunciantes da grande mídia e, por conseqüência, terminam influenciando, direta ou indiretamente, a linha editorial dos veículos onde anunciam. É por isso que tentar escrever sobre transporte alternativo é algo praticamente impensável nos veículos dos dias de hoje. Com a problemática dos “desertos verdes” a situação se repete.

A singularidade do fato e a relevância do tema, como se nota, não despertaram interesse em Iotti. Diante desta opção pelo silêncio, parece-nos que ele foi conduzido a expressar-se dentro dos parâmetros da grande maioria dos jornalistas para evitar o isolamento social entre seus pares.

O mesmo não se pode afirmar de Santiago que ciente da importância ecológica do evento (*valores/notícia*), principalmente devido à grande quantidade de pessoas envolvidas no acontecimento e os prováveis impactos geradores deste monocultivo para a sociedade, procurou reproduzir em suas charges a visão das grandes massas e não de possíveis interesses obscuros de empresas nas quais trabalha.

De acordo com Genro Filho (1987), antes de um fato ser objeto de notícia, um fenômeno foi objeto de fato. O fato nada mais é que um recorte do fenômeno, permeado por significado. Em conseqüência existem diferentes formas de se tratar um assunto, desde a escolha e a coleta dos dados, o enfoque a ser escolhido e a linguagem a ser empregada, e tais formas não são inocentes ou neutras em termos político-ideológicos. Essa ausência de neutralidade pode ser facilmente percebida

nos desenhos publicados por ambos os chargistas: de um lado Santiago, utilizando a parcialidade e a ideologia no sentido positivo, como uma visão de mundo, uma plataforma de princípios e idéias, de outro Iotti, com uma visão distorcida da realidade, com vistas apenas à criminalização dos movimentos sociais e não à popularização do debate ambiental.

A charge produzida por Santiago nesta temática é pura opinião – eminentemente interpretativa e crítica –, jamais é neutra. O humor que ele atribui aos acontecimentos está justamente na tomada de posição, na *crítica tendenciosa* que faz à sociedade e aos governos. O cômico nestas charges serve a um fim específico – chamar as pessoas para o debate envolvendo o monocultivo de espécies exóticas. Ele não se abstém do diálogo. Aponta o problema gerador de discórdia e mostra-o de uma forma humorada. Como diz Freud (1987), apenas o humor que tem um propósito corre o risco de encontrar pessoas que não querem ouvi-los.

Em nenhuma das charges analisadas foi possível verificar contexto e interdisciplinaridade sobre o assunto. Talvez por ser característica do próprio desenho, já que a charge se propõe a ser uma forma de comunicação rápida e condensada, cujo entendimento depende de um conjunto de dados e fatos contemporâneos ao momento em que se estabelece a relação discursiva entre produtor e receptor. Por outro lado, foi fácil descobrir a posição assumida por cada um dos profissionais: nas charges produzidas por Santiago há uma acentuação da função educativa. Ele procura difundir o conhecimento que tem acerca dos monocultivos para a sua conseqüente popularização. Preocupa-se com o receptor, busca instigá-lo sobre o tema.

A mesma análise, no entanto, não se estende às críticas opinativas de Iotti, exceto no que diz respeito ao humor tendencioso que reproduz em sua charge.

### **6.3 ANÁLISE DAS CHARGES: POLUIÇÃO RIO DOS SINOS**

O *corpus* desta temática, assim como a anterior, também se constitui em quatro charges. Todas elas publicadas por Iotti em Zero Hora. Santiago, do Jornal do Comércio, não teve nenhum desenho referente a este tema publicado.

Foram encontradas duas outras charges abordando o incidente no rio dos Sinos nos diários analisados (Charge Nº 9 e Charge Nº 10). Embora estas últimas não sejam efetivamente consideradas por esta pesquisa – visto não terem sido assinadas por Iotti e Santiago, mas sim por Ronaldo e Kayser, respectivamente – optou-se por incluí-las no trabalho apenas para efeito de constatação por fazerem parte das charges publicadas por Zero Hora e Jornal do Comércio no mês em que o desastre ambiental se tornou notícia no Estado.

Ronaldo ocupou a função de interino de Iotti nos últimos cinco dias de outubro (dias 27, 28, 29, 30 e 31 do referido mês). Kayser divide com Santiago e Moa o espaço (que é rotativo) destinado aos desenhos no Jornal do Comércio.

Uma análise prévia nos mostra o tratamento e a significância do ocorrido para ambos os chargistas (e jornais) no que se refere à frequência da temática. Das 18 charges publicadas por Iotti no mês de outubro que pudessem remeter ao fato analisado, quatro abordaram o assunto – tendo o desastre ocorrido num sábado, dia 7, partimos do pressuposto que Iotti só poderia abordar a questão a partir do dia 9 de outubro, segunda-feira (edição do domingo, dia 8, já estava nas ruas quando o evento foi noticiado). Além disso, é necessário se levar em conta também que nos últimos cinco dias do mês Iotti foi substituído pelo chargista interino Ronaldo.

Isso dá a Iotti uma porcentagem de aproximados 22% de charges publicadas ao longo do mês com a temática poluição no rio dos Sinos.

Já para Santiago, que após a data do incidente publicou críticas opinativas em cinco oportunidades, a porcentagem é de '0', tendo em vista o chargista não ter dado destaque ao tema no Jornal do Comércio ao longo do mês de outubro.

**Tabela 3**

<i>CHARGISTA</i>	<i>FREQUÊNCIA MENSAL</i>	<i>FREQUÊNCIA TEMÁTICA</i>	<i>ABORDAGEM EM %</i>
Iotti	18	4	22,22%
Santiago	5	0	0%

Tabela 3: Frequência temática rio dos Sinos  
Fonte: a autora

### 6.3.1 Charge Nº 5



Figura 10: Charge nº 05

Fonte: Esta charge do Iotti foi feita para o jornal Zero Hora em outubro de 2006. Publicada no jornal em 11 de outubro de 2006, quarta-feira.

A primeira charge publicada por Iotti no jornal Zero Hora sobre a temática “Poluição no rio dos Sinos” deu-se quatro dias após a ocorrência do evento, dia 7 de outubro. Aqui, o chargista põe a culpa da poluição que provocou a morte de aproximadamente cem toneladas de peixes nas indústrias, que, por ironia, sabem que contaminam e o fazem porque “não vai dar nada!”.

Na época, a Fundação Estadual de Proteção Ambiental (Fepam) multou seis indústrias – Utresa (Estância Velha), Curtume Paquetá (Estância Velha), Curtume Kern Mattes (Portão), Gelita do Brasil (Estância Velha), Três Portos (Esteio) e PSA Indústria de Papel (São Leopoldo) – pelo despejo de uma maior quantidade de efluentes tóxicos do que a licença ambiental permitia no rio dos Sinos. As empresas foram consideradas culpadas, em parte, pela morte dos peixes (prefeituras da região também foram acusadas pelo evento, como veremos a seguir).

A fundação e o Estado passaram a ser criticados por diversas esferas do poder porque estaria havendo uma falha na fiscalização. A Fepam admite que seja criticável o sistema de automonitoramento adotado, mas justifica que é a forma que



tem de controlar as empresas. Informa que não conta com pessoal para inspecionar todas as empresas; dispõe de apenas 40% do total de funcionários necessários.

### 6.3.2 Charge Nº 6



Figura 11: Charge nº 06

Fonte: Esta charge do Iotti foi feita para o jornal Zero Hora em outubro de 2006. Publicada no jornal em 12 de outubro de 2006, quinta-feira.

Na segunda abordagem – um dia após a charge anterior – as críticas voltam-se àqueles que pudessem ter provocado o desastre: Estado, órgãos públicos, indústrias e cidadãos. Até este momento a Fepam ainda não havia divulgado os culpados pela tragédia. A demora na investigação estava gerando mais críticas à Fundação.

### 6.3.3 Charge Nº 7



Figura 12: Charge nº 07

Fonte: Esta charge do Iotti foi feita para o jornal Zero Hora em outubro de 2006. Publicada no jornal em 18 de outubro de 2006, quarta-feira.

Alguns dias depois, Iotti faz nova investida. Desta vez, o desenho volta-se à sociedade, que muitas vezes apenas censura Estado e governo e deixa de fazer a sua parte na busca por uma sociedade mais limpa e sustentável.

Na charge em questão o morador lê no jornal uma matéria sobre a mortalidade dos peixes no rio dos Sinos e acha um “absurdo” o que aconteceu. Mas, ele próprio, ao livrar-se de seu lixo jogando-o para fora de sua janela, ajuda a contaminar o ambiente.

Conforme relatório da Fepam divulgado na semana em que o chargista publicou a charge, com os resultados da investigação da catástrofe ambiental nas águas do Rio dos Sinos, o que determinou o problema foi a junção dos elementos químicos despejados pelas seis empresas autuadas e a poluição provocada pelas prefeituras da região, que não tratam 95% dos esgotos. Além disso, foram encontrados mais de dois mil dutos de despejos domésticos no Rio dos Sinos.

Ou seja, são dois tipos de problemas que existem: a poluição industrial e a poluição doméstica. Segundo a atual diretora da Fepam, Ana Pellini, 80% da poluição é causada pelo esgoto doméstico e 20% pelas indústrias.

Os municípios da região atuados formaram um consórcio intermunicipal de saneamento para se ajudarem mutuamente no tratamento de dejetos, que estão entre os principais poluidores dos rios, juntamente com os químicos. A medida não deixa de ser positiva, mas ainda é tímida. A maioria dos municípios nunca se preocupou com a poluição dos esgotos. Um exemplo é São Leopoldo, que hoje trata somente 20% do seu esgoto, sendo que na década de 40, chegava a cuidar de 80%.

Dados atuais da Fepam mostram que a carga orgânica hoje corresponde a 85% dos resíduos que são jogados no rio. Não se trata de falta de conhecimento técnico, nem carência de recursos. Na grande maioria das vezes é uma questão de priorização.

#### 6.3.4 Charge Nº 8

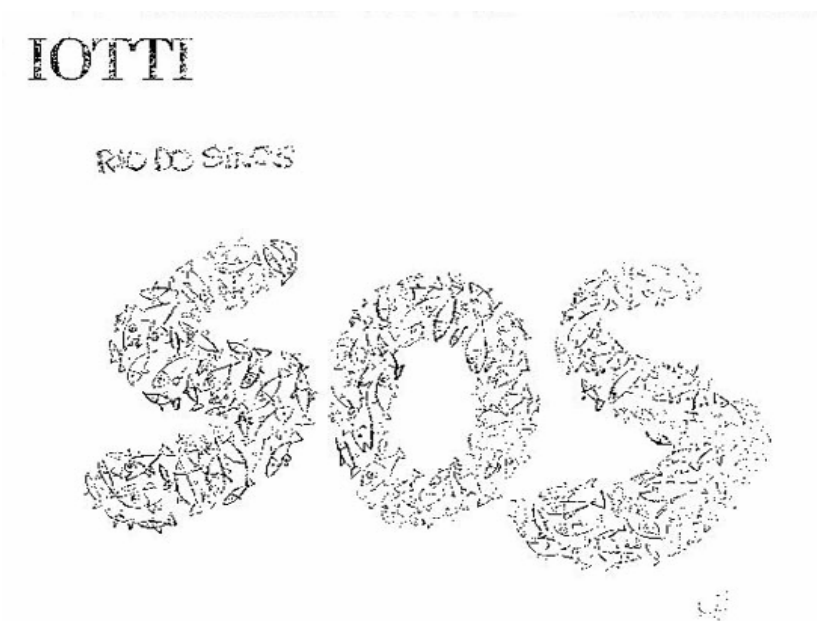


Figura 13: Charge nº 08

Fonte: Esta charge do lotti foi feita para o jornal Zero Hora em outubro de 2006.

Publicada no jornal em 26 de outubro de 2006, quinta-feira.

No último desenho, lotti apela a todos os setores da sociedade para uma ajuda mútua contra a poluição que assola o rio em questão.

Um dos poucos movimentos em favor do manancial foi a implantação do Pró-Sinos, um consórcio de municípios que se servem do rio e que se uniram para

elaborar projetos. Mesmo assim, das 32 cidades da região que jogam dejetos na água, só 13 participam do conglomerado. São Leopoldo, embora pouco, é a que mais trata seus dejetos (20%). Novo Hamburgo trata apenas 2% do que larga no Rio dos Sinos.

Sema e Fepam anunciaram no final de outubro deste ano novas medidas de controle ambiental. De acordo com os órgãos, a partir de novembro um sistema de sondas vai monitorar, on-line, 24 horas por dia, a foz de três arroios: Luiz Rau, em Novo Hamburgo; Canal João Corrêa, em São Leopoldo, e Portão, em Sapucaia do Sul. Tendo informações precisas sobre oxigênio dissolvido, PH, temperatura e quantidade de íons na água, a Fepam poderá acionar automaticamente o Serviço de Emergência Ambiental.

Outra medida anunciada é a instalação, até o final de 2007, dos 22 comitês de rios de domínio do Estado. Para o ano que vem, a previsão é implantar o sistema de gestão de recursos hídricos na Bacia do Guaíba. O Plano Estadual de Recursos Hídricos deverá estar concluído até julho de 2008.

### **6.3.5 Charge Nº 9 e Charge Nº 10**

Apenas para registro!

Além das quatro charges publicadas por Iotti no mês de outubro sobre o desastre no Rio dos Sinos, Ronaldo, ao ocupar o espaço de Iotti como interino, também abordou a temática no jornal Zero Hora.

Já no Jornal do Comércio, Kayser, que divide o espaço com Santiago e Moa, publicou um desenho retratando a questão.

RONALDO

INTERINS



Figura 14: Charge nº 09

Fonte: Esta charge do Ronaldo foi feita para o jornal Zero Hora em outubro de 2006. Publicada no jornal em 29 de outubro de 2006, domingo.

Charge do dia

Kayser



Figura 15: Charge nº 10

Fonte: Esta charge do Kayser foi feita para o Jornal do Comércio em outubro de 2006. Publicada no jornal em 26 de outubro de 2006, quinta-feira.

Partimos, agora, para a análise levando em consideração as categorias e unidades de registro.

Nesta temática, também fica clara a ocorrência de 'agendamento' nas charges publicadas por Iotti em Zero Hora. O evento, ocorrido em 7 de outubro, foi selecionado por ele em quatro das 18 vezes em que teve a oportunidade de manifestar opinião ao longo do mês de outubro. Isso significa que ao abordar repetidamente o incidente pode ter agendado, também, seus leitores sobre a questão.

É consenso que a notícia é de grande relevância para o público leitor – visto a significativa quantidade de peixes mortos no evento; a denúncia de irregularidade nas indústrias e prefeituras que poluem o rio sem serem autuadas; e a quantidade de pessoas afetadas pela situação (de pescadores a funcionários das empresas que tiveram seus empregos temporariamente cancelados devido ao fechamento de algumas indústrias). Isso nos mostra a incidência de outra unidade de registro: os *valores/notícias* definidos pelo jornalista (*gatekeeper - profissional responsável pela progressão ou morte da notícia*) em questão.

Iotti determinou como interessante, significativa e relevante (por quatro vezes) as consequências da poluição no rio. Utilizou critérios substantivos ao decidir pela publicação deste evento. Segundo Wolf (2005), a importância de uma notícia aparenta ser decidida por quatro fatores: grau e nível hierárquico dos indivíduos envolvidos no acontecimento; impacto sobre a nação; quantidade de pessoas (e/ou coisas) envolvidas e relevância do evento quanto à evolução futura de uma determinada situação.

Utilizando os preceitos de Genro Filho (1987), é possível perceber que ao cristalizar a notícia no singular, o jornalismo de opinião praticado por Iotti nesta temática consegue produzir uma informação sempre nova, dotada de imediatismo. Observe nos exemplos das charges de nº 5 e nº 7: ambos os desenhos abordam o desastre de uma maneira distinta, retratam a notícia através de uma singularidade diferente. Não só da poluição em si, mas das partes envolvidas, seja indústria ou sociedade, apontadas aqui como culpadas pelo incidente.

A freqüente abordagem do evento por Iotti sinaliza liberdade de escolha das notícias/opiniões que devem ou não merecer espaço no jornal. Inferiu-se aqui a existência de interesses na promoção deste assunto (ou talvez a ausência de comprometimento com as empresas e municípios causadores deste incidente, o que

permitia o jornal explorar o acontecimento). As empresas e indústrias acusadas pela Fepam pela mortandade de aproximadamente cem toneladas de peixes não são “patrocinadoras” do jornal, sequer são conhecidas pelo grande público. São insignificantes se comparadas às grandes multinacionais da celulose. Mexer com empresas de pequena visibilidade não renderia desgaste, nem pressão. Ajuda, até mesmo, a reafirmar a função de fiscalizador que o jornal exerce (ou deveria exercer) sobre a sociedade: diversas matérias e opiniões sobre a poluição mostram um maior comprometimento do veículo para com a sociedade.

Da ilustração da notícia por um triângulo (Figura C – cap. 2), como propõe Genro Filho em sua teoria do jornalismo, emerge uma associação entre as categorias. As relações entre os lados da figura geométrica determinam o equilíbrio ou desequilíbrio entre as categorias do singular e do particular, adotadas da filosofia hegeliana. Nesse sentido, um triângulo equilátero representaria equilíbrio, e um triângulo isósceles, desequilíbrio; nesse último, os casos em que a base é maior que os lados representam o jornalismo opinativo: aqui a opinião do chargista claramente parcial e favorável ao ambiente.

Como prega o Código de Ética da Federação Internacional de Jornalistas de Meio Ambiente, é dever do profissional aumentar a consciência destas pessoas nos noticiários que tratam do ambiente. Ou melhor, não somente alertar os indivíduos sobre os perigos que o cercam, mas também de acompanhar tais ameaças e mantê-los informados sobre as ações tomadas para resolver o problema.

Foi o que o chargista da Zero Hora fez nesta temática. Na primeira charge publicada por Lotti após o desastre, indústrias e empresas eram taxadas como responsáveis. Na medida em que as investigações foram ocorrendo e a notícia do episódio amadurecendo, Lotti reproduziu, também, o outro lado: a responsabilidade da sociedade que, ao depositar seus lixos e dejetos próximos ao rio, contribuiu para o agravamento do problema.

Outra charge de Lotti neste sentido – usada aqui apenas para exemplificar que o chargista tem acompanhado o evento e informado seus leitores a cerca dos desdobramentos do incidente – foi publicada quase um ano após o incidente, dia 19 de outubro de 2007. Veja abaixo:

## Charge Nº 11



Figura 16: Charge nº 11

Fonte: Esta charge do lotti foi feita para Zero Hora em outubro de 2007.  
Publicada no jornal em 19 de outubro de 2007, sexta-feira.

Não saberíamos explicar, no entanto, os motivos pelos quais Santiago não discutiu o tema. Talvez porque na opinião do chargista o desastre ambiental que ocorreu no rio dos Sinos não seja tudo o que o público precisa saber e nem tudo o que o público deseja falar, segundo avaliação do que é notícia para Luis Amaral. De acordo com Erbolato (1981), a crescente importância que adquire o comportamento social na preservação, defesa e recomposição do meio humano esta atrelada à missão que cabe ao jornalista: uma atenção preferencial ao conjunto de problemas vinculados ao ambiente com vistas a manter campanhas em sua defesa nos espaços que dispõe no jornal.

Ou seja, diante da crise ecológica a imprensa precisa assumir a responsabilidade de educar e transformar. Não pode ser apenas informativa, tem de estar engajada em um modelo de vida sustentável do ponto de vista ecológico e social. O chargista da ZH tentou, por diversas vezes, mostrar o caos provocado por um ambiente mau cuidado.



Em se tratando de humor social, é fácil perceber que as charges de Nº 6 e Nº 8 são chistes inocentes, segundo concepção de Freud. São desenhos que tem um fim em si mesmo. A de Nº 8, por exemplo, se constrói sob um jogo de imagens e palavras, onde a seqüência de vários peixes forma um SOS de ajuda. Trata-se de um efeito moderado, um nítido sentido de satisfação, um leve sorriso. É tudo o que em geral podem obter de seus leitores, segundo Freud (1987).

As charges restantes, Nº 5 e Nº 7, são desenhos tendenciosos, hostis, que servem a um propósito de agressividade e crítica. Como já explicitado no capítulo quatro, o humor tendencioso requer três pessoas: além da que faz o humor (chargista), deve haver uma segunda que é tomada como objeto da crítica (indústrias e sociedade) e uma terceira na qual se cumpre o objetivo do humor de produzir prazer (leitores). Aqui finalmente compreendemos o que é que o humor executa a serviço de seu propósito, segundo referência de Freud (1995, pg. 101): “torna possível a satisfação de um instinto face a um obstáculo”, ou seja, evitam esse obstáculo e assim extraem prazer de uma fonte que o obstáculo tornara inacessível.

#### **6.4 ANÁLISE DAS CHARGES: DATA COMEMORATIVA**

O *corpus* desta temática se constitui em seis charges: três delas publicadas por Iotti em Zero Hora e outras três por Santiago no Jornal do Comércio. Foram analisados os desenhos com referência ao tema ‘meio ambiente’ noticiados pelos chargistas de 1º a 30 de junho.

O único a mencionar diretamente a data comemorativa foi Iotti, em publicação do dia 3 de junho, um domingo.

O Dia Mundial do Meio Ambiente é comemorado em 5 de junho. A data foi recomendada pela Conferência das Nações Unidas sobre Meio Ambiente, realizada em 1972, em Estocolmo, na Suécia. Celebrado de várias maneiras, esse dia é aproveitado em todo o mundo para chamar a atenção política para os problemas e para a necessidade urgente de ações. Chefes de estado, secretários e ministros do meio ambiente fazem declarações e se comprometem a tomar conta da Terra.

Aqui no Brasil o dia foi festejado em 2007 com um ânimo mais sombrio do que a data costuma comportar. Diante das ameaças do aquecimento global que os últimos relatórios do IPCC (Painel Intergovernamental sobre Mudanças Climáticas) levantaram, fica claro que houve poucos avanços significativos no tema, apesar do grau sem precedentes de notoriedade que o assunto ganhou no debate público.

**Tabela 4**

<b>CHARGISTA</b>	<b>FREQUÊNCIA MENSAL</b>	<b>FREQUÊNCIA TEMÁTICA</b>	<b>ABORDAGEM EM %</b>
Iotti	30	3	10%
Santiago	7	3	42,8%

Tabela 4: Frequência temática data comemorativa  
Fonte: a autora

#### 6.4.1 Charge Nº 12

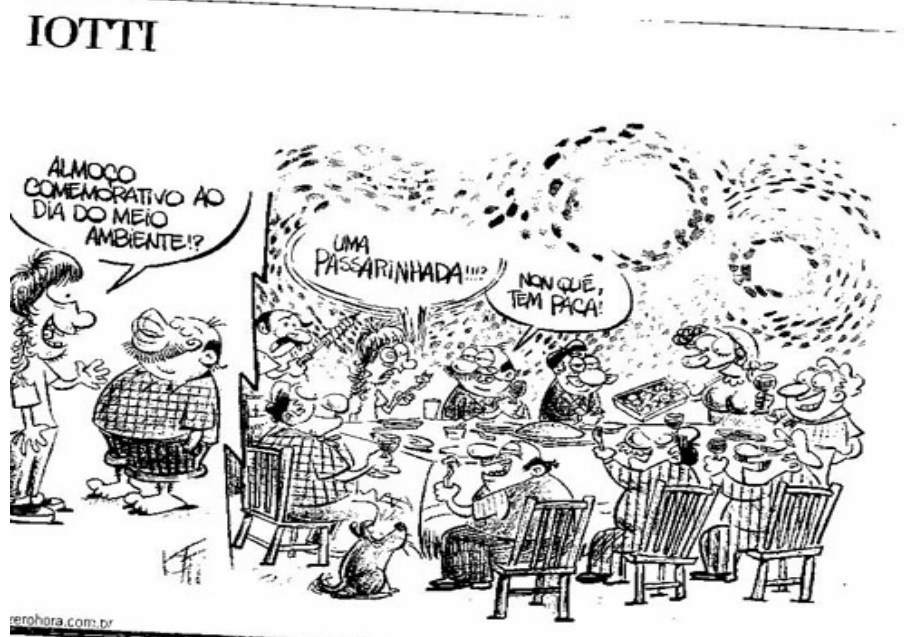


Figura 17: Charge nº 12

Fonte: Esta charge do Iotti foi feita para o jornal Zero Hora em junho de 2007. Publicada no jornal em 3 de junho de 2007, domingo.

A primeira charge publicada por Lotti faz referência direta às comemorações do dia mundial do ambiente. Neste desenho, o chargista retrata pela primeira vez entre as charges já analisadas a família Radicci – personagem criado por ele em 1983 – em almoço comemorativo.

Conforme o site do Radicci<sup>34</sup>, Guilhermino, o filho, é um verdadeiro contraponto ao pai. “Enquanto o Radicci é um caçador convicto, Guilhermino é ecologista de deixar o pessoal do Greenpeace no chinelo”.

Mediante esta informação, é fácil compreender a que se propõe a charge. Guilhermino, no primeiro quadro, pergunta para o pai, feliz: “almoço comemorativo ao meio ambiente”? No segundo quadro, questiona o filho ecologista, com fisionomia de assustado: “uma passarinhada”? E Radicci, o caçador, responde: “non qué, tem paca” – mamífero roedor cujo nome científico é *Agouti paca*.

#### 6.4.2 Charge Nº 13



Figura 18: Charge nº 13

Fonte: Esta charge do Lotti foi feita para o jornal Zero Hora em junho de 2007. Publicada no jornal em 2 de junho de 2007, sábado.

<sup>34</sup> <[www.radicci.com.br/radicci.asp](http://www.radicci.com.br/radicci.asp)>. Acesso em 30 out. 2007

Para a leitura da charge nº 13 remete-se aos contextos que o desenho comporta, especialmente os socioambientais e governamentais, onde se insere o que se passa a analisar agora.

Os Estados Unidos propuseram na quinta-feira (31 de maio) – antevéspera da publicação da charge acima – que os 15 países que mais contaminam o ambiente se reúnam e determinem até o fim de 2008 uma meta de redução de emissão de gases causadores do efeito estufa.

Até este momento, o governo Bush tinha se negado a aceitar limites às emissões, como a prevista no Protocolo de Kyoto. O plano revelado pelo líder norte-americano propõe a eliminação das barreiras tarifárias que dificultam a difusão de tecnologias "limpas" nos próximos seis meses. Também sugere uma meta mundial para reduzir as emissões a longo prazo, embora não antes do final de 2008.

Para preparar o acordo, a Casa Branca convocará uma reunião em Washington no último trimestre de 2007, convidando 14 países que, junto com os EUA, são responsáveis por 80% da poluição no mundo. Na lista provavelmente estarão o Brasil e mais China, Índia, Austrália, África do Sul, México, Coreia do Sul, Rússia e as maiores economias da Europa.

Nesta abordagem, lotti se utilizou de um recorte de manchete publicada em Zero Hora no dia anterior (01/06) para trazer o tema ao conhecimento público. Aproveitando-se da situação, satirizou o presidente Lula que, sentado à mesa com representantes dos EUA e da China, nega que tenha sido culpado pelos “gases” da mesa se abstendo: “nem me olha! Não fui eu!”.

Nas entrelinhas do desenho lotti critica as medidas adotadas pelo presidente Lula no combate às mudanças climáticas, bem como as declarações do líder brasileiro ao culpar apenas as nações ricas pelo agravamento do aquecimento global. “Nem me olha. Não fui eu” (não fomos nós, o Brasil) que contribui para a aceleração das emissões de gases estufa. O Brasil, dono da maior floresta tropical do mundo, é responsável por grande parte das emissões do planeta, resultante do desmatamento da Amazônia.

O que poucos sabem é que o país tem a chance de contribuir para a redução das emissões combatendo o desmatamento. Uma das novidades do relatório apresentado pelo IPCC em junho deste ano considera a conservação de florestas e o *desmatamento evitado* como medidas de mitigação para o efeito estufa.

De acordo com o painel, 550 milhões de toneladas de gás carbônico podem ser cortadas a um custo baixo ao reduzir o desmate só nas Américas do Sul e Central.

"A mensagem do novo relatório do IPCC é que, a curto prazo, os benefícios de mitigação de carbono a partir da redução do desmatamento são maiores que os benefícios resultantes do reflorestamento", disse Thelma Krug, secretária de Mudanças Climáticas do Ministério do Meio Ambiente e membro do Conselho do IPCC em reportagem à Folha de São Paulo em 3 de junho<sup>35</sup>, acrescentando: "o desmatamento é a fonte mais importante de emissões relacionada ao setor florestal."

A declaração é extremamente importante para o Brasil, pois dois terços das emissões do País vêm do desmatamento da floresta amazônica.

#### 6.4.3 Charge Nº 14

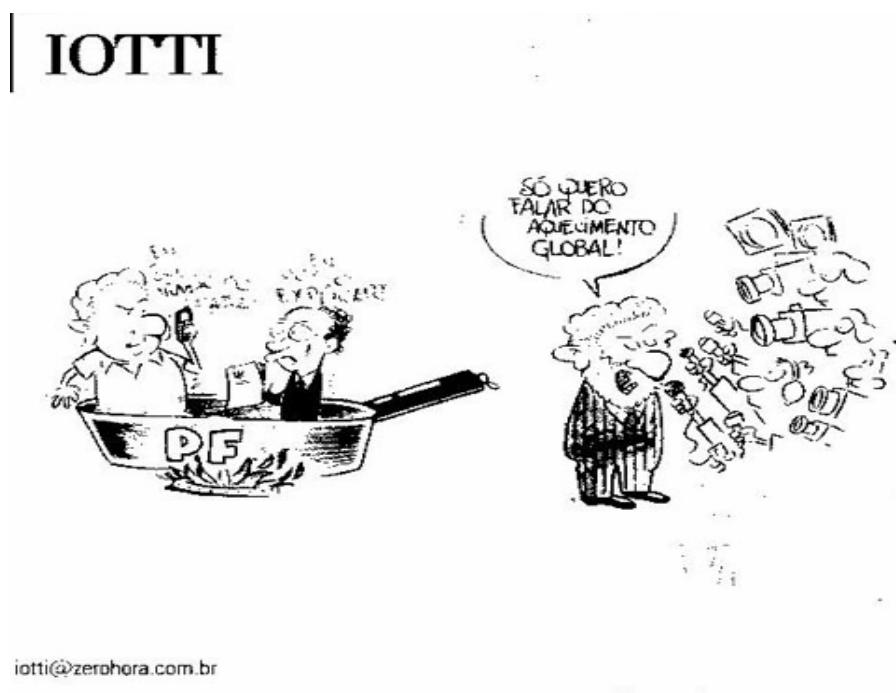


Figura 19: Charge nº 14

Fonte: Esta charge do Iotti foi feita para o jornal Zero Hora em junho de 2007. Publicada no jornal em 9 de junho de 2007, sábado.

<sup>35</sup> "Desmate evitado entra na conta do IPCC e pode favorecer Brasil", diz título da reportagem publicada pelo jornalista Cláudio Ângelo, enviado especial da Folha de S.Paulo a Bancoc – local da reunião do IPCC. <[www1.folha.uol.com.br/folha/ciencia/ult306u16383.shtml](http://www1.folha.uol.com.br/folha/ciencia/ult306u16383.shtml)>. Acesso em 30 out. 2007

Para analisarmos a charge de nº 14, faz-se necessário resgatar algumas informações com as quais o desenho discorre.

Na semana em que Lotti publicou o desenho a Polícia Federal desencadeou uma operação na qual indiciou o irmão do presidente Lula, Genival Inácio da Silva, o Vavá, sob acusação de tráfico de influência no Executivo e exploração de prestígio na Justiça. Ele é investigado pela Operação Xequê-Mate<sup>36</sup>, deflagrada no dia 04 de junho deste ano. Em Nova Délhi, na Índia, onde estava em viagem oficial, o presidente optou inicialmente por evitar declarações. Pressões da mídia resultaram em declaração na qual Lula disse acreditar na inocência de seu irmão: "eu conheço meu irmão há 61 anos e sou capaz de duvidar que meu irmão tenha qualquer problema, mas, de qualquer forma, se a PF fez a investigação, está feita a investigação. Isso vale para qualquer um dos 190 milhões de brasileiros", disse Lula, que, posteriormente, defendeu as investigações da PF. "Eu penso que a Polícia Federal está cumprindo um trabalho extraordinário no Brasil. Eu disse outro dia que a PF vai continuar investigando todas as pessoas que tiveram uma determinação judicial em função de quebra de sigilo telefônico", afirmou o presidente.

Outro evento que ganhou longa cobertura da mídia virou manchete duas semanas antes da publicação de Lotti: as suspeitas de corrupção envolvendo o presidente do Senado, Renan Calheiros (PMDB-AL). No dia 26 de maio a Revista Veja publica reportagem na qual revela que Renan recebia recursos da empreiteira Mendes Júnior, por meio do lobista Cláudio Gontijo, para pagar pensão à jornalista Mônica Veloso, com quem tem uma filha fora do casamento. De acordo com a revista, Gontijo arcaria com o pagamento do aluguel de R\$ 4.500 de um apartamento de quatro quartos em Brasília e com a pensão mensal de R\$ 12 mil para a jornalista.

---

<sup>36</sup> A operação Xequê-Mate, deflagrada pela Polícia Federal no dia 4 de junho de 2007, tem o objetivo de desmontar quadrilhas especializadas em crimes como contrabando, corrupção e tráfico de drogas, além de envolvimento em jogos de azar. As investigações começaram há cerca de seis meses. Os policiais usaram informações de dois inquéritos para chegar aos nomes dos suspeitos. O primeiro era para apurar o contrabando de componentes eletrônicos para uso em máquinas caça-níqueis. A quadrilha era suspeita de importação ilegal de peças, exploração de jogos de azar e de corrupção de agentes públicos - principalmente policiais. O outro inquérito era sobre o possível envolvimento de policiais em tráfico de drogas. Informações do portal G1, link <<http://64.233.169.104/search?q=cache:ZOraKy43IwJ:g1.globo.com/Noticias/Politica/0,,MUL47261-5601,00.html+acusa%C3%A7%C3%A3o+irm%C3%A3o+do+lula&hl=pt-BR&ct=clnk&cd=2&gl=br>> . Acesso em 30 out. 2007

Recuperado o contexto, deduz-se a intenção do desenho: mostrar que assuntos ambientais – como o aquecimento global – são secundários na opinião do presidente Lula (e, talvez, na avaliação do próprio chargista em questão).

O tema central da semana era as denúncias envolvendo o irmão de Lula e o presidente do senado e, no aflorar da questão, segundo a charge, seria mais fácil falar de aquecimento global – de projetos brasileiros de biodiesel e biocombustível – do que dar declarações referentes às acusações.

#### 6.4.4 Charge Nº 15



Figura 20: Charge nº 15

Fonte: Esta charge do Santiago foi feita para o Jornal do Comércio em junho de 2007. Publicada no jornal na edição de final de semana, em 1, 2 e 3 de junho de 2007.

Ao contrário de todas as charges analisadas até agora, esta se mostra diferente por ser repleta de texto. Um escrito que, segundo o próprio autor do desenho, se faz necessário para a completa compreensão do humor.

Na opinião de Santiago, existem muitas lacunas deixadas pelos jornais brasileiros na cobertura da informação ambiental. Por isso, ao abordar temas

ignorados pela grande mídia – como a importação de pneus da Europa, por exemplo – precisa explicar o assunto, caso contrário o desenho corre o risco de se tornar incompreensível para o grande público. “Esses temas são os que realmente importam”, disse o chargista para o site Fazendo Media, acrescentando que “o resto é ficar chutando cachorro morto, falar do que já é evidente”.

A preocupação do chargista é oportuna, tendo em vista que a União Européia (UE) venceu, em março deste ano, a disputa contra o Brasil na Organização Mundial do Comércio (OMC) e forçou a abertura do mercado nacional para pneus usados, considerados “lixo” pela ministra do Meio Ambiente, Marina Silva. Brasília, porém, deve recorrer da decisão e levar o caso ao órgão de apelação da OMC, o que adiará uma decisão final por meses.

A disputa foi aberta em 2005 por causa de uma lei brasileira de 2000 que estabelecia que produtos usados não podem ser importados. Pela norma, portanto, os pneus usados estariam impedidos de ser vendidos por outros países ao mercado nacional. Antes da lei que barrava o produto, a Europa era responsável por 95% das importações do País. No total, os europeus vendiam 7,8 mil toneladas de pneus usados ao Brasil por ano, ocupando 25% do mercado.

Ainda assim, cerca de 8 milhões de unidades de carcaças conseguiram entrar no mercado nacional em 2005 graças a ações judiciais de importadores - o que agora não será mais necessário. O principal argumento europeu era de que o Brasil proibia de forma discriminatória a importação de pneus usados. Isso porque os países do Mercosul, principalmente o Uruguai, podem exportar produtos similares ao Brasil. De fato, os uruguaios só passaram a exportar para o mercado nacional depois que também venceram uma disputa no órgão de arbitragem do Mercosul.

Segundo o laudo da entidade, que é mantido em sigilo e entregue apenas aos governos em disputa, o Brasil praticava atos discriminatórios no comércio e precisa agora tratar de forma igual seus parceiros comerciais. Na prática, o País não poderia autorizar a importação apenas do Mercosul e impedir o comércio com a Europa. Um dos argumentos brasileiros é de que a barreira tem razões ambientais, já que esse tipo de produto significaria um risco. Mas os europeus argumentam que se esse fosse o motivo real da barreira, toda a venda de pneus desse tipo teria de ser proibida.

Segundo o MMA, o Brasil pode ser obrigado a absorver 80 milhões de pneus por ano caso a decisão da OMC permaneça. Isso representa um aumento efetivo de



passivo ambiental, uma vez que cada pneu usado e/ou remoldado passa a ter metade de vida útil de um pneu novo. No momento em que importamos produtos já descartados estamos, na realidade, arcando com o ônus de ter que resolver um problema ambiental de disposição final para os países exportadores. A importação desses resíduos significa mais um obstáculo à implementação da Convenção de Estocolmo, ratificada pelo Brasil em 2004, e que cuida da eliminação dos Poluentes Orgânicos Persistentes, já que com a entrada de pneus o Brasil estaria aumentando, no lugar de diminuir, suas emissões.

Santiago se mostra revoltado nesta charge, porque o Brasil está servindo de depósito de lixo e contaminação de países do hemisfério Norte. Não só referente à importação de pneus, mas também à produção de biodiesel – onde sobre o passivo do cultivo da cana-de-açúcar e da exploração de mão de obra escrava – e ao monocultivo de espécies exóticas, como o eucalipto, usado na fabricação de papel, cujo produto final abastece essencialmente o mercado de exportação.

#### 6.4.5 Charge Nº 16



Figura 21: Charge nº 16

Fonte: Esta charge do Santiago foi feita para o Jornal do Comércio em junho de 2007. Publicada no jornal em 25 de junho de 2007, segunda-feira.

Esta charge – que mais parece um cartum, tendo em vista tratar-se de um desenho caricatural que apresenta uma situação humorística, onde bonecos são a representação de um tipo de ser humano e não de uma pessoa específica – insere-se no contexto de uma semana de muito frio no Estado. A primeira massa de ar polar do inverno estava prevista para o Rio Grande do Sul justamente no dia 25 de junho, data em que a charge foi publicada no Jornal do Comércio, e levou a temperatura a até 3,8°C negativos no Estado.

Trata-se de uma sátira de costumes, e não de comentário político – onde um radialista da rádio Caturrita, tipicamente gaúcho – trajado de pala (ou poncho em castelhano), bombacha e lenço no pescoço, munido de facão e chimarrão na companhia de seu cusco – informa a previsão do tempo para o Estado.

#### 6.4.6 Charge Nº 17

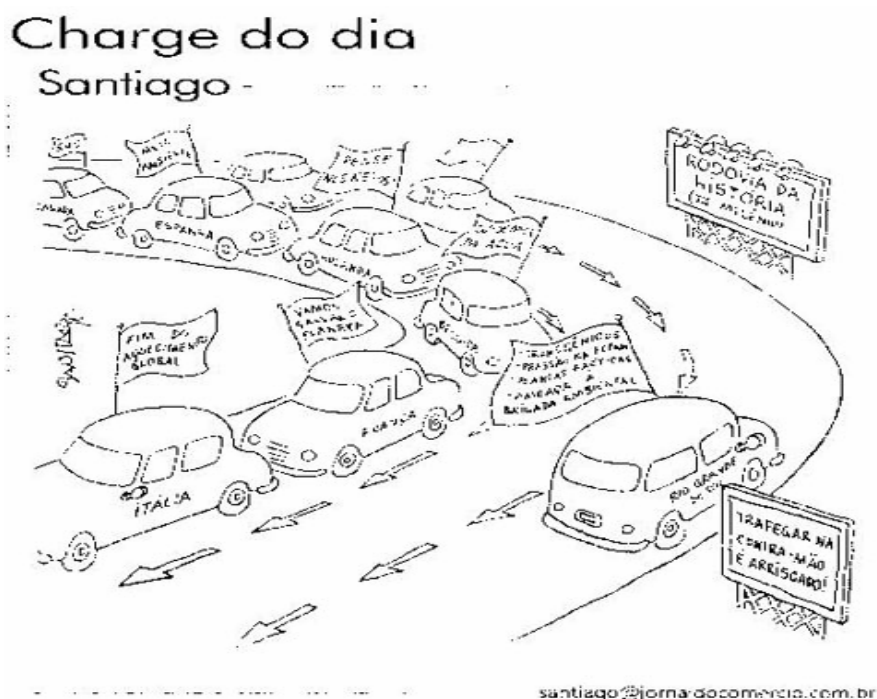


Figura 22: Charge nº 17

Fonte: Esta charge do Santiago foi feita para o Jornal do Comércio em junho de 2007. Publicada no jornal na edição de final de semana, em 15, 16 e 17 de junho de 2007.

Mais uma vez, assim como na charge nº 15, Santiago traz ao debate público problemas desconsiderados pelos veículos de informação como assunto potencial de notícia. No desenho, temos a *Rodovia da História* (III milênio) onde diversos carros (países do hemisfério Norte) trafegam no sentido “correto” da sustentabilidade ambiental. Nações preocupadas com o aquecimento global, como a Itália, ou com a água, no caso da Bélgica, vão de encontro a outros países engajados em programas e projetos que contribuem para o cumprimento das metas ambientais. O Estado do Rio Grande do Sul, segundo Santiago, é o único a trafegar no sentido oposto.

Embora o aviso da placa – “Trafegar na contra-mão é arriscado” – o RS insiste em evitar a introdução de política públicas mais enérgicas, que não fiquem suscetíveis, por exemplo, às pressões de grandes multinacionais do agronegócio à Fepam pela liberação do zoneamento ambiental da silvicultura para o plantio de monocultivos de árvores. O Estado, segundo Bones & Hasse (2002), sempre foi pioneiro em medidas que combatam o passivo ambiental, mas recentemente tem sucumbido, em alguns casos, às pressões de grandes corporações em detrimento da preocupação ambiental.

Nesta temática, apenas Iotti foi *agendado* especificamente pelo calendário. Pode-se dizer, no entanto, que as demais charges, tanto de Iotti como de Santiago, também sofreram de alguma forma *agendamento* sobre temas diversos que ocorreram ao longo do mês em âmbito local, nacional ou internacional. O chargista do Jornal do Comércio foi *agendado*, por exemplo, pela primeira onda de frio intenso do inverno (Charge nº 16). Já o chargista da Zero Hora foi impulsionado a publicar um desenho sobre a iniciativa do governo norte-americano no combate ao aquecimento global (Charge nº 13).

Fica difícil observar, por outro lado, a existência da unidade *espiral do silêncio*. Como não foi constatado nenhum fato impactante que necessitasse (segundo os critérios de valores/notícia) a abordagem, nem a ausência completa de charges que referenciem o meio ambiente, julga-se difícil verificar a existência ou não desta unidade.

Em se tratando de *mote ideológico* nos parece que esta unidade pode ser facilmente observada em duas charges publicadas por Santiago: nº 15 e nº 17. Antes de qualquer coisa, é importante ressaltar que a ideologia empregada nos desenhos do chargista é valorativa, portanto positiva. Segundo Guareschi (1981, p. 19), a ideologia, como um sistema de representações, é inseparável da experiência

vivencial cotidiana dos indivíduos. “Dizer isso significa afirmar que a ideologia impregna os hábitos, os desejos e reflexos da pessoa”.

Ou seja, é característica intrínseca do Santiago abordar temas envolvendo meio ambiente. Não o faz por pressões externas, mas sim por filosofia de vida, por acreditar na informação ambiental como sendo um meio eficaz de atingir a democratização da educação ecológica. O profissional que se preocupa com a popularização do conhecimento se fixa muito mais no receptor e na forma como a mensagem é recebida pelo destinatário da mensagem. Pode estar aí a explicação do porquê de desenhos repletos de textos publicados por Santiago.

Santiago também cumpre os preceitos determinados pela Declaração de Madri (ver cap. 5) e assume posição ao informar constantemente seus leitores sobre a progressiva degradação do meio ambiente, divulgando sobre a irreversibilidade de processos como o desaparecimento dos bosques e florestas, a desertificação, o passivo provocado pelo cultivo de monoculturas, organismos geneticamente modificados, entre outros temas, com vistas a evitar alterações permanentes do equilíbrio ecológico. Trata-se de uma forma diferenciada de fazer charge, pois busca informar, situar e contextualizar o assunto para o receptor da mensagem.

Iotti, por outro lado, não traz a crítica ambiental para o debate público. Seus desenhos são superficiais e ambíguos. A falta de apreensão do conhecimento referente ao ambiente é visivelmente afetada pela reduzida atenção que destinada ao tema. O assunto parece ser sempre referenciado em segundo plano, não é abordado substancialmente, com vistas à educação ambiental.

Os desenhos, em sua maioria, são tendenciosos, buscam o alvo certo. Iotti mais parece querer atacar o presidente da República do que tratar sobre o aquecimento global. Em duas das três charges (nº 13 e nº 14) utilizou Lula como personagem central. Santiago, por sua vez, teceu críticas às instituições Estado e República, além de multinacionais do agronegócio, como empresas de biotecnologia e celulose e papel (nº 15 e nº 17). Desenhos inocentes também foram percebidos (nº 12 e nº 16): ambos com um fim em si mesmo, numa atividade que visa apenas derivar prazer dos leitores.

Ao fim da análise das charges, acredita-se que o objetivo inicial proposto nesta seção – de verificar como o humor aplicado ao jornalismo aborda a temática ambiental nas charges publicadas por Iotti e Santiago nos jornais Zero Hora e Jornal do Comércio, respectivamente – tenha sido atingido. A discussão sobre as

deficiências do trabalho e as conclusões a respeito da pesquisa será apresentada na próxima – e última – sessão.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Concluir é preciso. Mesmo que seja por um certo espaço de tempo, mesmo que de aqui a alguns verões ou outonos, quem sabe, se incluam novos olhares ou percepções contrárias. Mas, enfim, é da prática científica pôr um ponto final para tudo recomeçar.

As constatações colocadas na Introdução desta monografia passam agora à sua discussão final, não sem antes uma citação de Fauconnier (apud PAGLIOSA, 2004, p. 178):

As palavras tornadas vagões, as frases tornadas trens, pedem emprestados os caminhos tortuosos do discurso para atingir seu fim e ser recebidos e percebidos. Seu conteúdo pode então ser examinado, avaliado, aceito, ou rejeitado e mesmo digerido. Pesam-se suas palavras antes de enviá-las, e quanto mais a mensagem for bem urdida, tanto melhor ela passa. Contanto que a gente não se esvazie de seu sentido.

A charge atrai o leitor, pois enquanto imagem é de rápida leitura e transmite múltiplas informações de forma simultânea. No entanto, ela remete a inúmeros textos e fatos. E por isso mesmo a charge tem uma significação que só é de domínio do indivíduo bem informado. É importante a consciência – e este estudo conseguiu mostrar isso – de que para ler uma charge torna-se indispensável recuperar os textos com os quais a charge dialoga, assim como o contexto social, político, econômico, enfim as circunstâncias que serviram de motivação para a construção do referido gênero.

O desenho cômico tem uma função sociocomunicativa que é criticar, denunciar através do humor, muitas vezes irônico. Essa função pode ser percebida ao longo deste estudo, ao passo que a grande maioria dos desenhos, de ambos os chargistas, tem um alvo, almeja um efeito. Não apresentam um fim em si mesmo, são tendenciosos, como propõe Freud.

O conhecimento prévio, por parte do leitor, do assunto da charge é um fator essencial para sua compreensão. Destaca-se, por isso, a alta incidência de agendamento sofrido pelos chargistas analisados neste estudo. Dois terços dos desenhos selecionados e ponderados nesta pesquisa (10 de 15 charges efetivamente analisadas) são noticiados a partir de um evento ocorrido no Estado.

lotti, por exemplo, ao destinar espaço à temática ambiental em sua sessão no mês de outubro, apenas tratou sob a ótica da poluição do rio dos Sinos. Nas charges de Santiago também foram inferidas alto grau de dependência do noticiário estadual. No episódio Aracruz três das seis charges noticiadas no mês de março trataram da temática.

Se os chargistas foram agendados pelos eventos, é provável que os leitores também tenham sido agendados pelos jornais. De acordo com Guareschi & Biz (2005, p. 43) a mídia, hoje, coloca a agenda de discussão. “Ao redor de 80% dos temas e assuntos que são falados no trânsito, no trabalho, em casa, nos encontros sociais são colocados à discussão pela mídia”. Ou seja, se a mídia decidir que algum assunto, ou algum tema, não deva ser discutido pela população, ela tem o poder de excluí-lo da pauta. É o que Zero Hora fez ao não debater, por exemplo, o passivo provocado pelo monocultivo de espécies exóticas e optar por criminalizar os movimentos sociais. Sem levar em consideração que o agendamento contínuo dos eventos acaba por marginalizar e tornar desconhecidos outros assuntos pertinentes e de dever do conhecimento da sociedade.

Figura-se aqui, portanto, a existência de interesses, por parte dos veículos de comunicação, em evitar que certas ocorrências se tornem acontecimentos públicos. Zero Hora, através das charges do lotti, não quis retratar o debate envolvendo o monocultivo de espécies exóticas no Estado. Sequer abordou o protesto das duas mil mulheres camponesas contra a multinacional Aracruz Celulose.

Se por ventura desconsiderássemos a temática “Poluição no rio dos Sinos”, as charges restantes publicadas por lotti onde a problemática ambiental é citada mostram-nos que a abordagem é extremamente superficial. Não trazem nenhuma informação relevante do ponto de vista ecológico. Fazem apenas referências vagas à necessidade e importância do tema Ambiente na atualidade.

Da mesma forma, verificou-se que problemas ambientais graves e urgentes – como a poluição generalizada nas principais metrópoles e centros urbanos, a escassez de recursos hídricos, a falta de saneamento, os problemas de saúde provocados pela degradação ambiental – que afetam grandes contingentes de pessoas no nosso País, especialmente nos grandes centros urbanos, não encontram o mesmo espaço ou repercussão nas charges assinadas por lotti proporcional à sua importância social.

Esta situação nos remete à conclusão de que a discussão dessas questões não é prioridade para a sessão opinativa do chargista em Zero Hora e não refletem os seus interesses imediatos, pois sugerem uma revisão crítica da sociedade nos moldes atuais e alterações profundas nas relações de poder, trabalho, distribuição de renda, bem como na escolha de novos caminhos para um desenvolvimento mais equilibrado, atividades estas diretamente ligadas à busca de soluções para a problemática ambiental.

Nesta perspectiva, confirma-se, ‘em parte’, a indagação inicial de que os veículos de comunicação de massa vêm apresentando uma abordagem fragmentada no tratamento das questões ambientais, reforçando uma visão compartimentalizada dos problemas ecológicos. Considerando que os meios de comunicação são as principais fontes de informação para uma grande parcela da população, essa forma de atuar tem repercussões no processo de formação de opinião a respeito da problemática ambiental, restringindo o seu espectro, e, conseqüentemente, inibindo a conscientização dos direitos do cidadão e das responsabilidades do poder público e dos agentes da sociedade civil em relação ao meio ambiente.

Frisamos ‘em parte’ porque as charges assinadas por Santiago no Jornal do Comércio caminham num sentido oposto ao que é proposto por Iotti. Embora a grande maioria delas tenha feito referência, de alguma maneira, ao monocultivo de espécies exóticas – bandeira levantada pelo Santiago há algum tempo – o profissional traz ao debate público questões pouco tratadas por grande parcela da mídia no Rio Grande do Sul. As charges de Nº 15 e Nº 17 exemplificam bem o que queremos dizer. Os passivos provocados ao ambiente, por exemplo, pela produção de etanol, ou por uma legislação que possibilita a compra de pneus usados da Europa são praticamente desconhecidos dos leitores da grande mídia. Esse debate dificilmente tem acontecido nos jornais, mas é tratado por Santiago em seus desenhos.

É preciso deixar claro que não se critica aqui a quantidade de notícias sobre ambiente nos veículos gaúchos. Até mesmo porque nos últimos anos houve uma maior preocupação da imprensa em retratar o assunto. A crítica aqui presente, e que é compartilhada por muitos profissionais da comunicação que voltaram suas carreiras à temática ambiental, é a forma superficial e desconexa com que o ambiente é abordado pelas notícias.



Com raras exceções, e Santiago é uma destas, poucos são os profissionais da área opinativa que se importam com a popularização da informação ambiental.

Pela sua condição de campo inter e multidisciplinar, complexo, as ciências do meio ambiente exigem dos que nela militam e dos que as cobrem um tempo maior de maturação. Os profissionais devem ter a humildade necessária para concluir que há ainda muito a aprender nessa área e que o aprendizado obriga, nesse campo que pode estar minado por interesses de toda ordem, a uma dose maciça de ceticismo. Suspeitar das fontes, suspeitar das verdades contundentes, suspeitar daqueles que nos entregam informações de mão beijada e que preconizam visões cinicamente otimistas ("os transgênicos vão matar a fome do mundo", "a tecnologia vai libertar os homens", "os biocombustíveis são a salvação do planeta" etc etc).

O jornalismo ambiental autêntico deve constituir-se antes de tudo em uma militância cívica (que nada tem a ver com militância político-partidária). O compromisso com o meio ambiente não deve se reduzir ao plantio de árvores ou em comer docinhos orgânicos, ainda que estas atitudes possam ser incentivadas. Ou, como profere Wilson da Costa Bueno, o jornalismo ambiental não deve tapar as feridas abertas com *band-aid* ou imaginar que elas cicatrizarão com *merthiolate* porque a realidade é muito mais dura e mais ardida. A solução para o "imbróglio" ambiental, segundo ele, "exige uma cirurgia de alto grau de complexidade e a sociedade (e os jornalistas) não deveriam acreditar que as mudanças poderão ser feitas sem dor ou sacrifício. Aqui é necessário bisturi, não cotonete". Portanto, as charges jornalísticas produzidas por Lotti, com exceção àquelas pertencentes à temática 'Poluição do rio Sinos', não podem ser consideradas com potencial de contribuição para a democratização da informação ambiental no Estado. Por outro lado, os desenhos apresentados por Santiago proporcionam a reflexão e instigam o leitor a uma maior consciência.

Sempre é tempo para iniciarmos uma alfabetização para a mídia, partindo da constatação de que ela é poderosamente influente ao repassar a versão das forças que a sustentam, ou seja, o capital financeiro e empresarial. O conhecimento produzido pelo jornalismo significa, entre outras realidades, o crescimento da consciência crítica, que se traduz na busca de uma leitura baseada na inter-relação dos fatos e não na fragmentação da informação repassada.

Por fim, para trabalhos futuros que optarem por se debruçar sobre esta mesma temática fica uma pergunta que esta monografia não procurou responder: por que a temática ecológica ganha mais destaque na mídia quando está relacionado às tragédias? Se as empresas de comunicação fizessem análises estratégicas de conjuntura editorial perceberiam que não poderia ser melhor a oportunidade para elas investirem na cobertura ambiental. Os brasileiros estão em terceiro lugar, segundo pesquisa divulgada em novembro de 2007 pela BBC, entre os povos que mais se interessam pela cobertura das mudanças no clima no mundo.

## REFERÊNCIAS

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1977.

BARROS FILHO, Clóvis. **Ética na Comunicação: da informação ao receptor**. São Paulo: Moderna, 1995. 239 p.

BELMONTE, Roberto Villar; TOSI, Juarez. **Jornalismo Ambiental: onde estão as faculdades de comunicação?** Revista Ecos 16. Porto Alegre: Dmae, janeiro/2001.

\_\_\_\_\_. Cidades em mutação. In: VILAS BOAS, Sérgio. **Formação & Informação Ambiental: Jornalismo para leigos e iniciados**. 2004 p. 15-48

BELTRÃO, Luiz. **Iniciação à filosofia do jornalismo**. Rio de Janeiro: Agir, 1960.

\_\_\_\_\_. **Jornalismo Opinativo**. Porto Alegre: Sulina, 1980. 118 p.

BERGSON, Henry. **O Riso: ensaio Sobre a Significação do Cômico**. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1980.

BONES, Elmar; HASSE, Geraldo. **Pioneiros da Ecologia: Breve História do Movimento Ambientalista no Rio Grande do Sul**. Porto Alegre: Já Editores, 2002.

CARNEIRO, Augusto C. **A história do ambientalismo: o socialismo, a directa e o ecologismo**. Porto Alegre: Sagra Luzzatto, 2003.

COLUMBA, Ramón. **Qué es la caricatura**. Buenos Aires: Columba, 1959. 72 p.

DAMASCENO, Athos. **Imprensa caricata do Rio Grande do Sul no Século XIX**. Porto Alegre: Editora Globo, 1962.

DUARTE, Jorge. BARROS, Antonio. Org. **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação**. 2. ed. – São Paulo: Atlas, 2006.

ERBOLATO, Mário. **Jornalismo Especializado: emissão de textos no jornalismo impresso**. São Paulo: Atlas, 1981.

FERNANDES, Francisco. **Dicionário Brasileiro Globo**. 43. ed. São Paulo: Globo, 1996.

FLÔRES, Onici. **A leitura da Charge**. Canoas: Editora da Ulbra, 2002. 88 p.

FONSECA, Joaquim da. **Caricatura: a imagem gráfica do humor**. Porto Alegre: Editora Artes e Ofício, 1999. 288 p.

FREUD, Sigmund. **Os chistes e sua relação com o inconsciente**. 2. ed. Rio de Janeiro: Imago, 1995

GENRO FILHO, Adelmo. **O Segredo da Pirâmide: Para uma Teoria Marxista do Jornalismo**. Porto Alegre: Tchê, 1987

GUARESCHI, Pedrinho A. **Comunicação e Poder: a presença e o papel dos meios de comunicação de massa estrangeiros na América Latina**. Petrópolis, RJ: Vozes, 1987.

GUARESCHI, Pedrinho A. & BIZ, Osvaldo. **Mídia, educação e cidadania: tudo o que você deve saber sobre mídia**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2005.

\_\_\_\_\_ (org) **Uma nova comunicação é possível: mídia, ética e política**. Porto Alegre: Evangraf, 2002.

\_\_\_\_\_. **Os construtores da informação: meios de comunicação, ideologia e ética**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2000.

HOHLFELDT, Antonio; MARTINO, Luiz C, FRANÇA, Vera Veiga (orgs). **Teorias da Comunicação**, Editora Vozes. Petrópolis, 2001

LAGE, Nilson. **Estrutura da Notícia**. São Paulo: Ática, 1993. 3ª edição. 64p.

\_\_\_\_\_. **Ideologia e Técnica da Notícia**. Florianópolis: Insular, 2001, 160p. 3ª edição.

\_\_\_\_\_. **Linguagem Jornalística**. São Paulo: Ática, 2001. 78p.

\_\_\_\_\_. Prefácio. In. MEDITISCH, Eduardo. **O conhecimento do jornalismo**. Florianópolis: UFSC, 1992.

LIMA, Herman. **A História da Caricatura no Brasil**. Rio de Janeiro: Editora Livraria José Olympo, 1963.

LUFT, Schirley. **Jornalismo, meio ambiente e Amazônia**. São Paulo: Annablume: Fapesp, 2005.

LUTZEMBERGER, José. **Ecologia: do jardim ao poder**. Porto Alegre, L&PM Editores Ltda, 1985.

MACEDO F. Riopardense de. **O Primeiro caricaturista no Brasil**. In: caderno de Artes I. Porto Alegre: Instituto de Artes da UFRGS, junho de 1980.

MARCONDES FILHO, Ciro. **Comunicação e Jornalismo: A saga dos cães perdidos**. São Paulo: Hacker Editores, 2000 176p.

MEDITSCH, Eduardo. **Fundamentos e pertinência da abordagem do jornalismo como forma de conhecimento**. In: IV Congresso Iberoamericano dos Pesquisadores em Comunicação, Santos, setembro de 1997.

\_\_\_\_\_. **O conhecimento do jornalismo**. Florianópolis: Ed. da UFSC, 1992.

MELO, José Marques de. **Jornalismo Brasileiro**. Porto Alegre: Editora Sulina, 2003. 239 p.

\_\_\_\_\_. **Gêneros opinativos no jornalismo brasileiro**. Tese de Livre Docência apresentado no Departamento de Jornalismo e Editoração da Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo, São Paulo, 1983.

\_\_\_\_\_. **Teoria do jornalismo: identidades brasileiras**. São Paulo: Paulus, 2006.

\_\_\_\_\_. **A opinião no Jornalismo Brasileiro**. Petrópolis: Vozes, 1994

NELSON, Peter. **Dez Dicas Práticas para Reportagens sobre o Meio Ambiente**. Brasília: WWF, 1994.

PAGLIOSA, Elcemina Lúcia Balvedi. **O traço nada inocente da Charge: um estudo sociocognitivo do texto de humor**. Porto Alegre: 2004. Tese apresentada como conclusão de curso (Doutorado) da Faculdade de Letras da PUCRS.

PENA, Felipe. **Teoria do Jornalismo**. São Paulo: Contexto, 2005. 235 p.

PEREIRA, Lawrence Flores. **O cômico: comentários sobre as concepções de Propp, Freud e Bérqson**. Letras de Hoje. Porto Alegre. V. 32, p. 15-28, setembro 1997.

RABAÇA, C.A.: BARBOSA, G. **Dicionário de Comunicação**. Rio de Janeiro: Codecri, 1978.

RAMOS, Luís Fernando Angerami. **Meio Ambiente e Meios de Comunicação**. São Paulo: Annablume, 1995.

RIVADENEIRA PRADA, Raúl. **Periodismo: la teoria general de los sistemas y la ciencia de la comunicación**. 3. ed. México: Trillas, 1990.

SILVEIRA, Mauro César. **A Batalla do Papel: a guerra do Paraguai através da Caricatura**. Porto Alegre: Editora LPM, 1996. 206 p.

TARGINO, Maria das Graças; BARROS, Antônio Teixeira de. **A informação ambiental no jornalismo piauiense**. Relatório de pesquisa financiado pelo CNPQ mediante bolsa de iniciação científica, 1992.

TRAQUINA, Nelson. **O Poder do Jornalismo: análise e textos da teoria do Agendamento**. Coimbra: Minerva, 2000.

TRIGUEIRO, André. **Meio Ambiente na Idade Mídia**. In: TRIGUEIRO, André, coord. Meio Ambiente no Século 21. Rio de Janeiro: Sextante, 2003.

VILAS BOAS, Sérgio, org. **Formação & informação ambiental: jornalismo para iniciados e leigos**. São Paulo: Summus, 2004.

**WOLF, Mauro. Teorias da Comunicação de Massa.** 2. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2005.

## OUTRAS FONTES

### Internet

BELMONTE, Roberto Villar. **Jornalismo Ambiental - Evolução e Perspectivas.** Palestra proferida no Seminário "Imprensa e Pantanal", no Laboratório Ambiental de Jornalismo da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul - Campo Grande, 29 a 31 de outubro de 1997. Disponível em <<http://www.jornalismoambiental.jor.br/index.php?option=content&task=view&id=1669&Itemid=62>>. Acesso em 21 set 2007.

BERNA, Vilmar. **Pela Democratização da Informação Ambiental.** Porto Alegre, 2007. Disponível em

<<http://www.jornalismoambiental.jor.br/index.php?option=content&task=view&id=1704&Itemid=62>>. Acesso em 21 set 2007.

BUENO, Wilson da Costa. **Jornalismo Ambiental: navegando por um conceito e por uma prática.** São Paulo, 2007. Disponível em <[http://www.agricoma.com.br/agricoma/artigos/jornalismo\\_ambiental/artigo1.php](http://www.agricoma.com.br/agricoma/artigos/jornalismo_ambiental/artigo1.php)>. Acesso em 21 set 2007.

JUKOFSKY, Diane. **El Periodismo Ambiental: Un Especie En Extincion.** Chasqui 70, junio 2000. Disponível em <<http://www.comunica.org/chasqui/jukofsky70.htm>>. Acesso em 21 set 2007.

LIMA, Eliana de Souza . **A importância da mídia na conscientização ambiental.** São Paulo, 2007. Disponível em <[http://www.agricoma.com.br/agricoma/artigos/jornalismo\\_ambiental/artigo3.php](http://www.agricoma.com.br/agricoma/artigos/jornalismo_ambiental/artigo3.php)>. Acesso em 21 set 2007.

MOURA, Paulo. **COMUNICAÇÃO E POLÍTICA Espiral de silêncio: uma hipótese para explicar a estratégia de poder do PT no Rio Grande do Sul.** Porto Alegre,

2006. Disponível em <[www.pucrs.br/famecos/pos/revfamecos/19/a02v1n19.pdf](http://www.pucrs.br/famecos/pos/revfamecos/19/a02v1n19.pdf)>. Acesso em 21 set 2007.

NEULS, Gisele Souza. **A História da Cidade nas páginas dos jornais - um olhar sobre os usos da informação ambiental de Porto Alegre, RS** - Monografia de Gisele Souza Neuls, FABICO/UFRGS, Porto Alegre - Formato PDF - 73p - 392 kb. Disponível em <<http://www.jornalismoambiental.jor.br/jornalismoambiental/>>. Acesso em 21 set 2007.

**Código de Ética da Federação Internacional de Jornalistas de Meio Ambiente.** Disponível em <<http://www.jornalismoambiental.jor.br/index.php?option=content&task=view&id=1693&Itemid=83>>. Acesso em 27 set 2007.

## **Cartilha**

CAMPESINA, Via. **O latifúndio dos Eucaliptos: informações básicas sobre as monoculturas de árvores e as indústrias de papel.** Rio Grande do Sul, 2006.

## **Revistas**

HOHLFELDT, Antonio. Os estudos sobre a hipótese de agendamento. **Revista FAMECOS**, Porto Alegre nº 7, novembro 1997, semestral

GHILARDI, Maria Inês. O Humor na Charge Jornalística. **Revista Comunicarte**. Campinas. V. 12 nº 20 p. 86-92, 1995/1996 IACT Puccamp (Instituto de Artes, Comunicação e Turismo da PUC de Campinas).

GIRARDI, Ilza Maria Tourinho. O jornalismo ambiental nos cursos de jornalismo. **Revista Tendência na Comunicação 4**. Porto Alegre: RBS/LPM, 2001. p. 58-64.



## ANEXOS

### ANEXO A - Código de ética para jornalistas ambientais

1. O direito a um ambiente limpo e a um desenvolvimento sustentável é fundamental e está intimamente ligado ao direito à vida, à saúde e ao bem estar de todos. O jornalista ambiental deve informar o público sobre as ameaças ao ambiente - se está no nível global, regional, nacional ou local.

2. Frequentemente, a mídia é a única fonte da informação para as pessoas interessadas em meio-ambiente. É dever do jornalista aumentar a consciência destas pessoas nos noticiários que tratam do meio-ambiente. O jornalista deve esforçar-se para relatar diversos aspectos e assuntos relacionados com o meio-ambiente.

3. Informando o público, o jornalista desempenha um papel vital, permitindo às pessoas recorrer à ação para proteger o meio-ambiente. O dever do jornalista está não somente em alertar as pessoas sobre os perigos que a cercam, mas também de acompanhar tais ameaças e em mantê-las informadas sobre as ações tomadas para resolver os problemas. Os jornalistas devem também tentar realizar reportagens que apresentem soluções possíveis aos problemas ambientais.

4. O jornalista não deve ser influenciado por interesses comerciais, políticos, governamentais ou não governamental. O jornalista deve manter distância de tais interesses e não ser um aliado deles. Como regra geral, os jornalistas devem dar espaço para todos os lados envolvidos em todas as controvérsias ambientais que estiver cobrindo.

5. O jornalista deve manter o máximo de isenção possível, citar as fontes da informação e evitar o comentário especulativo ou alarmista, bem como a reportagem tendenciosa. A verificação das informações das fontes devem ser feitas sempre através da técnica de cruzamento, seja ela uma fonte comercial, oficial ou não governamental.

6. O jornalista do ambiente deve promover a igualdade no acesso à informação e ajudar organizações e indivíduos a recebê-la. A recuperação eletrônica dos dados é uma ferramenta útil e igualitária neste ponto.

7. O jornalista deve respeitar o direito à privacidade dos indivíduos que foram afetados por catástrofes ambientais, por desastres naturais e também quando assim desejarem, em qualquer caso.

8. O jornalista do ambiente não deve hesitar em corrigir uma informação que acreditava estar correta e na verdade estava errada, ou tentar mudar a opinião pública através de análises à luz de acontecimentos futuros.

## ANEXO B - Lei nº 9.795, de 27 de abril de 1999

### CAPÍTULO I

#### DA EDUCAÇÃO AMBIENTAL

Art. 1º Entendem-se por educação ambiental os processos por meio dos quais o indivíduo e a coletividade constroem valores sociais, conhecimentos, habilidades, atitudes e competências voltadas para a conservação do meio ambiente, bem de uso comum do povo, essencial à sadia qualidade de vida e sua sustentabilidade.

Art. 2º A educação ambiental é um componente essencial e permanente da educação nacional, devendo estar presente, de forma articulada, em todos os níveis e modalidades do processo educativo, em caráter formal e não-formal.

Art. 3º Como parte do processo educativo mais amplo, todos têm direito à educação ambiental, incumbindo:

I - ao Poder Público, nos termos dos arts. 205 e 225 da Constituição Federal, definir políticas públicas que incorporem a dimensão ambiental, promover a educação ambiental em todos os níveis de ensino e o engajamento da sociedade na conservação, recuperação e melhoria do meio ambiente;

II - às instituições educativas, promover a educação ambiental de maneira integrada aos programas educacionais que desenvolvem;

III - aos órgãos integrantes do Sistema Nacional de Meio Ambiente - Sisnama, promover ações de educação ambiental integradas aos programas de conservação, recuperação e melhoria do meio ambiente;

IV - aos meios de comunicação de massa, colaborar de maneira ativa e permanente na disseminação de informações e práticas educativas sobre meio ambiente e incorporar a dimensão ambiental em sua programação;

V - às empresas, entidades de classe, instituições públicas e privadas, promover programas destinados à capacitação dos trabalhadores, visando à melhoria e ao controle efetivo sobre o ambiente de trabalho, bem como sobre as repercussões do processo produtivo no meio ambiente;

VI - à sociedade como um todo, manter atenção permanente à formação de valores, atitudes e habilidades que propiciem a atuação individual e coletiva voltada para a prevenção, a identificação e a solução de problemas ambientais.

Art. 4o São princípios básicos da educação ambiental:

I - o enfoque humanista, holístico, democrático e participativo;

II - a concepção do meio ambiente em sua totalidade, considerando a interdependência entre o meio natural, o sócio-econômico e o cultural, sob o enfoque da sustentabilidade;

III - o pluralismo de idéias e concepções pedagógicas, na perspectiva da inter, multi e transdisciplinaridade;

IV - a vinculação entre a ética, a educação, o trabalho e as práticas sociais;

V - a garantia de continuidade e permanência do processo educativo;

VI - a permanente avaliação crítica do processo educativo;

VII - a abordagem articulada das questões ambientais locais, regionais, nacionais e globais;

VIII - o reconhecimento e o respeito à pluralidade e à diversidade individual e cultural.

Art. 5o São objetivos fundamentais da educação ambiental:

I - o desenvolvimento de uma compreensão integrada do meio ambiente em suas múltiplas e complexas relações, envolvendo aspectos ecológicos, psicológicos, legais, políticos, sociais, econômicos, científicos, culturais e éticos;

II - a garantia de democratização das informações ambientais;

III - o estímulo e o fortalecimento de uma consciência crítica sobre a problemática ambiental e social;

IV - o incentivo à participação individual e coletiva, permanente e responsável, na preservação do equilíbrio do meio ambiente, entendendo-se a defesa da qualidade ambiental como um valor inseparável do exercício da cidadania;

V - o estímulo à cooperação entre as diversas regiões do País, em níveis micro e macrorregionais, com vistas à construção de uma sociedade ambientalmente equilibrada, fundada nos princípios da liberdade, igualdade, solidariedade, democracia, justiça social, responsabilidade e sustentabilidade;

VI - o fomento e o fortalecimento da integração com a ciência e a tecnologia;

VII - o fortalecimento da cidadania, autodeterminação dos povos e solidariedade como fundamentos para o futuro da humanidade.

ANEXO C - Reportagem da autora sobre o episódio da Aracruz

**Via Campesina justifica ação na Aracruz como única saída para chamar atenção sobre “os prejuízos do deserto verde”**

Que o estrago provocado pela ocupação de duas mil mulheres da Via Campesina à Aracruz Celulose no último dia 8 de março foi grande, isso todo mundo sabe. A mídia nacional e internacional se encarregou de veicular imagens, reproduzir declarações e informar as cifras do prejuízo: mais de US\$ 400 mil contabilizados apenas com a destruição do laboratório, segundo informações do gerente regional florestal, Renato Rostirolla. Os métodos usados no protesto podem ser questionáveis, mas segundo a Via, a única forma de tornar público o problema foi através desta ação.

“Participamos de ocupações de terras na Bahia, por exemplo. Tentamos dialogar com o governo, buscando o não financiamento público destas empresas, mas nada adiantou”, informa a assessoria de comunicação da Via Campesina. De acordo com a assessora que preferiu não se identificar, a escolha da Aracruz foi simbólica. “Poderia ser qualquer outra empresa multinacional instalada aqui. O que queríamos era chamar a atenção contra os prejuízos causados pelo deserto verde – essencialmente pela produção de eucalipto. Essas monoculturas, enquanto enchem o bolso desses empresários, provocam grande impacto social e ambiental para o país”.

Na avaliação do movimento, a terra deve ser usada para Reforma Agrária e não para enriquecer pequenos grupos. “Não queremos uma terra de negócios e sim de geração de empregos. A Reforma Agrária deve ser um instrumento que proporcione uma relação sustentável entre os camponeses e o meio ambiente, não se limitando somente à conquista da terra”. Além disso, segundo o movimento, a terra é degradada rapidamente e em poucos anos será possível ver os reais efeitos deste descaso.

Pesquisador afirma que clima e solo da Metade Sul são impróprios para monoculturas

A Aracruz Celulose tem mais de 250 mil hectares plantados em terras próprias. No Rio Grande do Sul são 47.900 hectares de eucaliptos, além de 16.600 hectares de reservas nativas. Suas fábricas produzem 2,4 milhões de toneladas de celulose branqueada por ano. Geram, segundo a Via Campesina, “apenas um emprego a cada 185 hectares plantados no país. A agricultura camponesa, por outro lado, cria uma vaga a cada hectare”. “Não conseguimos entender como um governo que quer acabar com a fome patrocina o deserto verde ao invés de investir na Reforma Agrária e na Agricultura Camponesa”, analisam.

Soma-se a isso o constante desgaste ambiental e o alto consumo de água destas plantações. “Um pé de eucalipto chega a consumir 30 litros diariamente”, comenta a assessora da Via. O professor e pesquisador do Instituto de Biociências da UFRGS, Ludwig Buckup também manifesta preocupação. De acordo com ele, a Metade Sul do Estado – região escolhida pela Aracruz, Votorantim e Stora Enso para a plantação de monoculturas – não deveria abrigar essas plantações. “É um bioma de campo (Pampa), com solo, clima e vocação sócio-ambiental impróprios para florestamentos com espécies exóticas, como o eucalipto e o pinus”, disse.

Buckup endossa sua intranqüilidade frente ao problema citando artigo publicado na revista Science, em dezembro de 2005. O texto se refere à atual situação dos pampas argentinos. As plantações de eucaliptos no país vizinho reduziram o fluxo de água dos rios em 52% e secaram 13% dos rios, córregos e arroios. No solo, pôde ser observado o aumento da salinidade, bem como a acidez da terra. “Tudo isso em apenas um ano de plantio”, observa, adiantando que “o mesmo pode acontecer no pampa sul-brasileiro”.

#### Solidariedade com os indígenas e “crime social”

As mulheres da Via Campesina não protestaram apenas contra as plantações de eucaliptos. O ato também teve como objetivo manifestar solidariedade aos povos indígenas que tiveram suas terras invadidas pela Aracruz no Estado do Espírito Santo no final do ano passado e início de 2006. De acordo com a assessoria do Movimento, a própria Funai provou que a terra pertencia às tribos. “A empresa foi violenta com a sociedade, não a Via Campesina”, classificam.

Hoje, a reivindicação da Via é contra a atitude policial. “Eles lidam o caso como se fosse um crime comum, mas trata-se de um crime social”. Como exemplo, citam os protestos realizados no início do ano em Viamão, cidade vizinha de Porto

Alegre, onde os trabalhadores buscavam a isenção da taxa de pedágio. Esses manifestantes, acrescentam, também estavam lutando por um problema social e encontraram na ação a forma de diálogo com a sociedade e os governos.

A liberdade de expressão destas mulheres que organizaram e realizaram o ato também foi cerceada. Os advogados da Via aconselharam o grupo a não dar declarações. Como ainda não foram encontrados responsáveis diretos pelo ocorrido, todos aqueles que se manifestarem podem ser vistos potencialmente como culpados e, conseqüentemente, serem chamados a depor.

A assessoria informa ainda que inicialmente foi feita uma perseguição injustificável contra as lideranças do Movimento. “Eles procuravam uma figura masculina, que, segundo avaliação deles, seria o mentor do manifesto. Achavam que as mulheres não tinham capacidade para serem sujeitos da história. Que eram apenas massa de manobra de um líder individual”. Agora, acrescentam, buscam responsáveis entre as mais de duas mil representantes femininas que participaram do ato.

Por Tatiana Feldens

<[http://www.ambienteja.info/2006/ver\\_cliente.asp?id=74873](http://www.ambienteja.info/2006/ver_cliente.asp?id=74873)>.



## ANEXO D - Íntegra da nota publicada pela Marcha Mundial das Mulheres

Nós, da Marcha Mundial das Mulheres, que organizamos manifestações em todo Brasil, reafirmamos: o 8 de março, Dia Internacional da Mulher, é dia de luta. E toda forma de luta dos movimentos sociais vale a pena.

Nossas companheiras da Via Campesina têm todo nosso apoio e compromisso nas ações contra o agronegócio da morte.

A expansão do eucalipto e da acácia transforma o território brasileiro em um deserto verde. Estas empresas vendem a ilusão do progresso e de que qualquer pesquisa é favorável à humanidade. No entanto, o que recebemos é o Brasil subordinado à tirania do mercado internacional. E o agronegócio de exportação, baseado no uso intensivo de recursos naturais e na superexploração do trabalho.

Dizemos não à tudo isto. Queremos a que a organização da economia e da sociedade tenha no centro o bem-estar e a felicidade das pessoas e não o lucro de poucos. Queremos emprego com direito a salário digno. Queremos terra para quem nela trabalha. Queremos as sementes e a biodiversidade como patrimônio dos povos e à serviço da humanidade.

Não aceitamos a criminalização dos movimentos sociais. Toda solidariedade às mulheres camponesas. Transformar o mundo para transformar a vida das mulheres.

Coordenação Executiva da Marcha Mundial das Mulheres

Brasil, 9 de março de 2006

## ANEXO E - Outras charges do Santiago sobre o monocultivo de espécies exóticas

## Charge Nº 18



Figura 23: Charge nº 18

Fonte: Charge do Santiago publicada no Jornal do Comércio.

## Charge Nº 19



Figura 24: Charge nº 19

Fonte: Charge do Santiago publicada no Jornal do Comércio.

## Charge Nº 20



Figura 25: Charge nº 20

Fonte: Charge do Santiago publicada no Jornal do Comércio.

## Charge Nº 21



Figura 26: Charge nº 21

Fonte: Charge do Santiago publicada no Jornal do Comércio.

## Charge Nº 22

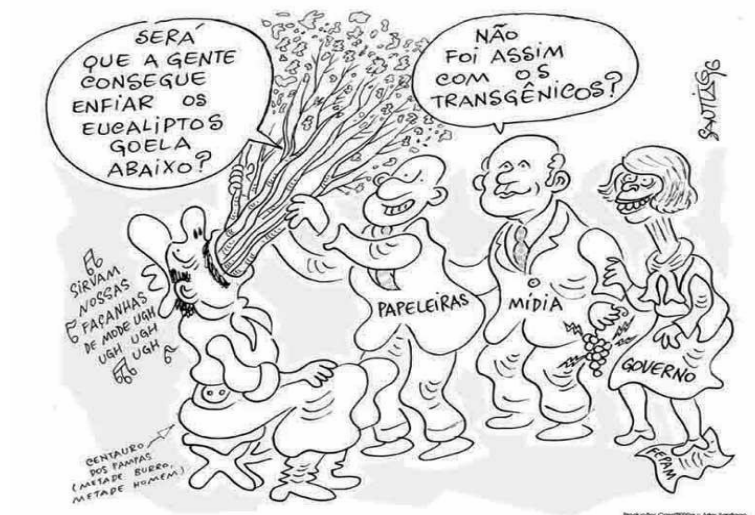


Figura 27: Charge nº 22

Fonte: Charge do Santiago publicada no Jornal do Comércio.