

## **A Pauta Ambiental no Jornalismo Local: Análise do Jornal da Cidade de Bauru<sup>1</sup>**

João Pedro FERREIRA<sup>2</sup>

Marcos Aurélio CARDINALLI<sup>3</sup>

Angelo Sottovia ARANHA<sup>4</sup>

Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, Bauru, SP

### **RESUMO**

A pauta ambiental vem cada vez mais ganhando destaque no Jornalismo. Entretanto, ainda aborda assuntos que não cumprem o papel conscientizador e educativo, por permanecer com uma abordagem superficial e descontextualizada. Isso se dá devido à grande imprensa priorizar o factual, focando em desastres ambientais sem se aprofundar, geralmente, nas causas e consequências desses fatos, ou então por ‘importar’ assuntos distantes da realidade do público, que acaba por não se identificar e se sensibilizar com a temática. No presente trabalho, a fim de verificar a abordagem ambiental local na cidade e região de Bauru, analisou-se a cobertura feita, em dois meses, pelo principal jornal da região.

### **INTRODUÇÃO**

A preocupação com o meio ambiente tornou-se irreversível a partir da Revolução Industrial, quando os recursos naturais do planeta passaram a ser consumidos constantemente e mais rapidamente, a fim de alimentar a produção industrial de massa. Entretanto, as pautas ambientais começaram a ganhar força, sobretudo no Jornalismo Brasileiro, após a Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente e o Desenvolvimento – Rio 92, realizada no Rio de Janeiro no ano 1992, quando começou a se perceber os problemas que a industrialização descontrolada causa ao meio ambiente, gerando uma preocupação com a disponibilidade dos recursos naturais para as gerações futuras. Esses problemas socioambientais, portanto, tornam-se questões centrais para a compreensão da contemporaneidade (GUIMARÃES; VASCONCELLOS, 2006). Percebe-se, dessa forma, a crise civilizatória na qual o planeta se encontra. Crise essa que abrange as questões ambientais, econômicas e sociais.

A crise ecológica desperta o interesse de toda a sociedade e, por este motivo, o Jornalismo Ambiental vem ganhando cada vez mais destaque, e os assuntos ambientais cada vez mais discutidos e pautados pelos meios de comunicação (CAMPOS, 2006). É

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no IJ 1 – Jornalismo do XXI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 17 a 19 de junho de 2016.

<sup>2</sup> Estudante de Graduação do 8º semestre do Curso de Jornalismo da FAAC-UNESP, email: [jpferreiraxd@gmail.com](mailto:jpferreiraxd@gmail.com)

<sup>3</sup> Estudante de Graduação 7º. semestre do Curso de Jornalismo da FAAC-UNESP, email: [mar.cardinalli@live.com](mailto:mar.cardinalli@live.com)

<sup>4</sup> Orientador do trabalho. Professor do Curso de Jornalismo da FAAC-UNESP e coordenador do Grupo de Estudos Aplicados em Jornalismo Ambiental (GEAJA), email: [sottovia@faac.unesp.br](mailto:sottovia@faac.unesp.br)

função do jornalista, contudo, conquistar o interesse do público e levá-lo a se sensibilizar com as questões ambientais.

Apesar dos avanços na cobertura ambiental, o Jornalismo ainda está em processo de desenvolvimento e autoafirmação nessa área. A imprensa costuma optar por assuntos e pautas que gerem repercussões (VILLAR, 1997), para assim garantir-se no mercado. Por este motivo, os grandes desastres ecológicos serão as principais notícias relacionadas ao meio ambiente. Entretanto, a cobertura permanece superficial, por priorizar o factual e não a contextualização desses problemas. A simples cobertura de catástrofes ambientais não leva o público à reflexão e a agir pela transformação da realidade. A mídia acaba priorizando a divulgação do factual em detrimento da conscientização social (AGUIAR, 2008).

Quando não os desastres, outros assuntos comumente abordados pela mídia como pauta ambiental são temas relacionados ao turismo, avanços tecnológicos, ciência e outras notícias que parecem distantes do expectador. Grande parte da cobertura ambiental é ‘importada’ de outros lugares e, mesmo que nacionais, como a Amazônia, por exemplo, são distantes da realidade do público, tratado como se estivesse inserido em um local que não possui problemas ambientais ou como se sua importância fosse ignorada. Não há interpretação da realidade nem explicação do fato, e o Jornalismo perde a sua vocação. (CAMPOS, 2006). Pautar assuntos que não provoquem uma identificação do público com o tema abordado acaba por significar um não comprometimento dele com a temática, e a notícia perde muito de seu valor.

O Jornalismo Ambiental, como o saber ambiental, não diz respeito apenas a questões complexas, que reclamam tecnologias de última geração, mas incorpora soluções simples, de dimensão local. Ele tem a ver com o dia-a-dia das pessoas e, na verdade, só faz sentido quando as inclui no debate, quando possibilita e promove a sua participação no processo de tomada de decisões. (BUENO, 2007, p. 37)

O Jornalismo local deve tratar a realidade do contexto no qual está inserido o seu público, ou seja, deve conter informações de proximidade. O veículo local tem a capacidade de abordar essa realidade, que não é considerada pelos veículos de grande abrangência. E mesmo que enfrente, muitas vezes, pressões de políticos, empresas e outras entidades influentes, torna-se importante para o expectador, uma vez que esse pode acompanhar de forma mais direta, seja pela vivência ou pela presença pessoal, as pautas abordadas, sendo possível o confronto da versão midiática com o fato em si com mais naturalidade (PERUZZO, 2002).

Na verdade, a cobertura local é sempre mais difícil e mais cara que a nacional ou de agência, pois envolve mais mão de obra especializada (repórteres, fotógrafos etc.) e cria mais áreas de atritos com autoridades, anunciantes e demais interessados. Daí a opção pelo material ‘que vem de longe’. Muitas vezes os jornais de pequeno e médio porte publicam detalhes de ocorrências distantes – como os conflitos do Oriente Médio – mas não têm espaço para denunciar um esgoto a céu aberto ou a erosão em um bairro pobre, Muito menos para entrevistar pessoas humildes, gente do povo que não gera editais, anúncios etc. Por outro lado, entretanto, apressam-se a noticiar os grandes lançamentos industriais sem fazer perguntas. (CAMPOS, 2006, p. 205)

Considerando-se a importância do Jornalismo para transformar a realidade local e despertar o indivíduo para a consciência ecológica e social, para que, a partir do local conseguir abranger o global e modificar todo um pensamento mundial a respeito do meio ambiente, procurou-se compreender se, de fato, existe essa cobertura ambiental local, tendo como corpus a cidade e microrregião de Bauru, localizada no centro-oeste do Estado de São Paulo.

## **METODOLOGIA**

Para a realização deste trabalho, foram analisadas todas as edições do primeiro bimestre de 2016, entre os dias 1 de janeiro e 29 de fevereiro, do principal veículo de informação impresso de Bauru, o Jornal da Cidade – JC. O levantamento dessas edições se fez por meio da ferramenta do *site*<sup>5</sup> do jornal, que disponibiliza a visualização das edições impressas em formato *PDF* gratuitamente. O “Jornal de Segunda-feira”, que é entregue junto ao Jornal da Cidade todas as segundas-feiras, não foi analisado, assim como outros eventuais suplementos especiais distribuídos durante o período.

Foram verificadas todas as notas e reportagens de todos os cadernos do jornal. Não foram contabilizados os conteúdos da capa do jornal, a “Tribuna do Leitor”, elementos da página 2, previsão do tempo e colunas publicitárias, de consultoria ou de opinião.

Na coleta de dados foram contabilizados os conteúdos que tangiam a temática ambiental, seja de forma superficial ou mais aprofundada, excluindo-se apenas informações diretas como número de casos de doenças como a dengue, chikunguya ou zika vírus, ou acidentes causados pela chuva ou outros fenômenos naturais, caso não aplicassem causas e consequências, mas sim somente dados estatísticos e factuais.

---

<sup>5</sup> Disponível em: <<http://www.jcdigital.com.br>>

Assim que cada conteúdo era encontrado, era registrado com sua data, editoria, tema e abrangência geográfica, tendo como objetivo a formulação de gráficos e tabelas que tornassem mais fácil a identificação de quais áreas são mais noticiadas pelo jornal.

Foi feita ainda uma leitura crítica dos conteúdos, buscando identificar se havia aprofundamento, continuidade e desenvolvimento dos assuntos tratados ao longo dos dias da análise.

## **A CIDADE DE BAURU**

Bauru foi fundada em 1896 e localiza-se a 326 quilômetros da capital paulista. Sua população segundo o Censo do IBGE de 2014 é de 364.562 habitantes, sendo a 18ª cidade do estado com mais moradores. Quatro rodovias estaduais cruzam o município, a SP-225, a SP-294, SP-300 e a SP-321, focalizando um importante entroncamento rodoviário. Bauru é cercada territorialmente pelos municípios de Arealva, Reginópolis, Piratininga, Agudos, Pederneiras, Duartina e Avaí.

A cidade tem IDH-M de 0,0801 segundo dados do PNUD 2010, considerado um índice muito alto. A cidade é polo comercial regional e também abriga duas universidades estaduais (UNESP e USP), uma FATEC e outras universidades e faculdades particulares.

Em Bauru, é possível estudar Jornalismo atualmente na UNESP e na Universidade do Sagrado Coração (USC). Os principais meios de comunicação local da cidade são o Jornal da Cidade, a Rádio 96 FM (de propriedade do mesmo grupo do Jornal da Cidade), Rádio 94 FM, TV Tem (afiliada Rede Globo), TV Record Bauru, Rádio UNESP FM, TV Prevê, Rádio Auriverde e TV UNESP.

## **O JORNAL DA CIDADE**

Fundado em 1º de agosto de 1967, o Jornal da Cidade é o mais tradicional meio de comunicação impresso de Bauru e região. Atualmente, é o único veículo de comunicação impresso com redação e produção localizadas na cidade de Bauru. Sua circulação é diária e até maio de 2016 já havia impresso mais de 16.800 edições, realizadas durante seus quase 49 anos de existência. As edições vendidas em bancas de jornal e supermercados entre segunda-feira a sexta-feira custam R\$2,00. Já sua edição dominical custa R\$3,00.

Um dos grandes orgulhos públicos do Jornal da Cidade é sua circulação regional, estampada ao lado de sua logomarca na capa. Em seu expediente, abaixo de sua logo há a frase “Bauru e grande região”. Além disso, o jornal tem o slogan de ser “o melhor jornal do nosso mundo”, remetendo sempre ao potencial econômico e acolhedor da cidade de Bauru e região. As publicidades veiculadas no próprio jornal caracterizam a cidade como “coração do Estado de São Paulo”. Fatos históricos municipais são temas de especiais no jornal, como o início da fundação do município ou a história por trás dos nomes das ruas. A valorização de símbolos da cidade e da região também é constante. Personagens locais são foco de páginas de perfis e entrevistas especiais. É nisso que se verifica a conexão do jornal com seu público-alvo, a comunidade local:

Entendendo por comunidade uma área geográfica caracterizada pela afinidade de valores e ambições de uma determinada população, com a mesma tradição, costumes e interesses, além da consciência da participação em ideias e valores comuns, os jornalistas da mídia local interiorana procuram diariamente informar-se e participar das ações da comunidade, não só divulgando os fatos que a envolvem, mas decidindo e buscando recursos para que as reivindicações se concretizem, bem como para que essa mesma comunidade aumente gradativamente sua qualidade de vida, nos mais variados aspectos, sua consciência de cidadania e a preservação de sua cultura. (DORNELLES, 2009, p. 3)

Segundo o site da Associação Paulista de Jornais, o Jornal da Cidade de Bauru atende 45 cidades da região. Já uma dos anúncios veiculados recentemente nas páginas do próprio jornal informa que a cobertura ultrapassa mais de 50 cidades. De segunda-feira a sábado o jornal imprime 23 mil exemplares. Aos domingos o número sobe para 32 mil exemplares. Por este motivo, a Associação Paulista de Jornais (APJ) considera que o Jornal da Cidade:

(...) É reconhecido como um dos principais jornais regionais do País. Isso se deve ao seu histórico de vanguarda, independência editorial, posicionamentos, interatividade com os leitores e liderança absoluta em circulação e investimentos publicitários no seu mercado de atuação. .

É interessante observar que a força do jornal não se resume apenas ao número de edições impressas por dia, já que ele é inteiramente disponibilizado no próprio site, por duas formas:

- suas notícias são publicadas individualmente em formato de postagens, como em um site de notícias. Mas não são todos os conteúdos que são publicados assim, geralmente as notas mais básicas ou policiais não são replicadas no meio digital, seja por seu tamanho, relevância ou então porque já foram noticiadas anteriormente no próprio site, que também

conta com atualização “em tempo real” local e de agências de notícias nacionais e internacionais.

- todas as páginas integrantes do jornal são completamente possíveis de serem lidas em dispositivos com navegadores *web* e suporte ao formato *PDF* em um *site* separado do domínio principal. Enquanto o domínio principal é <http://www.jcnet.com.br>, a fac-símile está disponível para consulta em <http://www.jcdigital.com.br>.

O jornal conta com a presença fixa e diária de conteúdos alocados nas editorias de Opinião, Política, Geral (notícias de âmbito local), Polícia, JC nos Bairros, Esportes, Regional, Brasil/Economia, Internacional e Cultura. São cadernos especiais Ser, Saúde, Economia & Negócios, Rural e Turismo. Como é possível ver na maioria dos jornais impressos brasileiros, não há uma editoria especial sobre a natureza ou somente relacionada a meio-ambiente.

## ANÁLISE E RESULTADOS

No período de coleta analisado foram encontrados 294 conteúdos referentes ao meio ambiente, divididos nos seguintes graus de abrangência: Local (Bauru) – 132 referências, Internacional – 17, Nacional – 94 e Regional – 51, conforme gráfico abaixo.

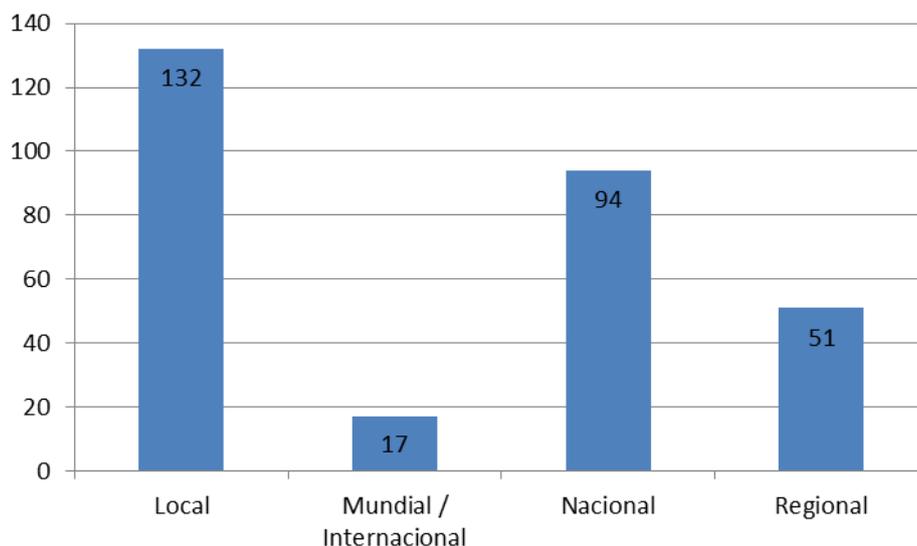


Gráfico 1 - Abrangência das notícias ambientais selecionadas

As notícias ambientais se alocaram da seguinte forma dentro das editorias: Geral – 77 conteúdos, Brasil – 71, Regional – 51, Bairros – 28, Política – 23, Internacional – 12, Turismo – 11, Saúde – 7, Rural – 6, Economia – 5 e Cultura – 3. No gráfico 2, é possível

observar a comparação da quantidade de matérias totais por editoria e as de abrangência local e regionais.

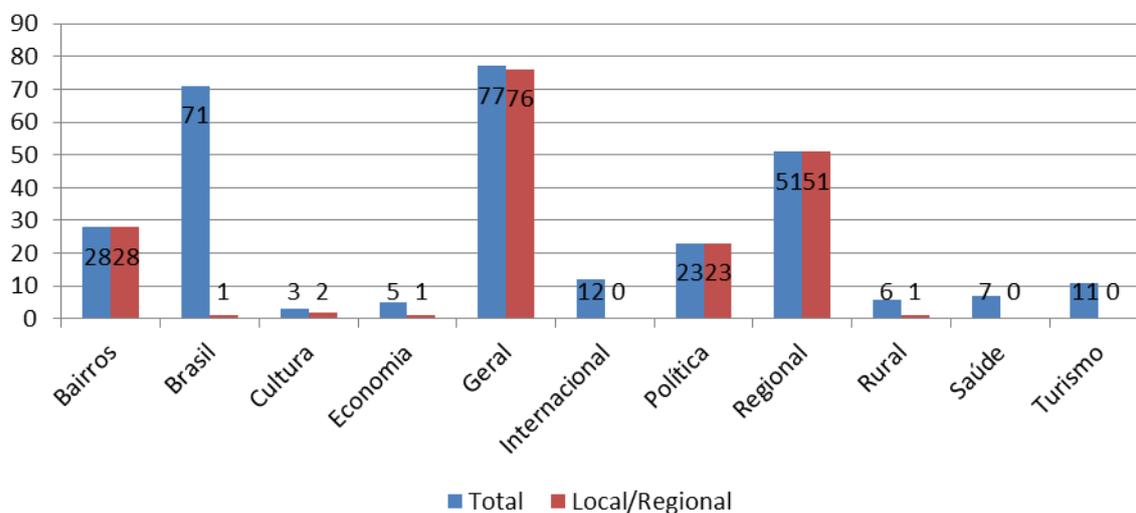


Gráfico 2 - Comparação da quantidade de matérias por editorias e abrangência

Constata-se, pelo gráfico 2, que o Jornal da Cidade dá importância à cobertura local e regional em suas editorias. Destaca-se que as editorias de Turismo, Saúde e Rural são semanais, portanto apesar de terem uma veiculação mais esporádica do que outras editorias, seus conteúdos costumam ter foco em questões ambientais em boa parte das aparições nas 8 semanas completas analisadas, entretanto, por possuir conteúdo mais geral, não possuem uma abrangência especificamente local. Os temas dessas editorias que são considerados mais locais foram integrados na editoria Geral, devido ao seu conteúdo.

É de extrema relevância considerar que no período analisado, a região de Bauru sofreu com fortíssimas chuvas que alagaram as cidades. Os rios e represas não suportaram o volume de água, invadiram casas e causaram sérios danos ambientais e também estruturais em serviços públicos, como a captação de água para abastecimento. As bombas que coletavam água da Lagoa do Rio Batalha foram inundadas e pararam de funcionar. Muitos pontos da cidade de Bauru ficaram sem água por quase uma semana.

A situação foi caótica e gerou muito conteúdo para as editorias do Jornal da Cidade que tratavam do assunto local e regionalmente no mês de janeiro. “Desastres sempre são notícia e uma cobertura de qualidade é imprescindível para difundir informações relevantes em todas as fases do desastre” (SANTOS, 2012, p. 3). No período de análise, foram contabilizadas 22 notícias locais que trataram sobre as chuvas, erosões ou alagamentos. Já o problemático abastecimento de água foi pauta de 19 conteúdos.

É muito importante que o jornalismo cubra os desastres e mostre quem e o que foi atingido por tais fenômenos. Entretanto, é preciso o aprofundamento do assunto, que se questione ao poder público os motivos que não evitaram as tragédias, possíveis punições e eventuais ações que evitem a repetição do acontecimento.

Esse papel evidencia que o jornalismo de desastres não se resume à cobertura factual da resposta, mas deve ser abrangente, participando da disseminação de uma cultura de prevenção ao risco, o que revela a importância de se pensar o conceito de jornalismo cívico, também conhecido como público e cidadão, que trata da responsabilidade social da imprensa. (SANTOS, 2012, p. 14)

Um bom exemplo encontrado no próprio Jornal da Cidade trata-se do alerta ao possível afogamento nas lagoas de Bauru e os cuidados que os moradores deveriam tomar para que não se machucassem ou morressem no local. Dias depois, mesmo com o alerta, houve morte em uma das principais lagoas da cidade.

Outro problema da época de chuvas são as já conhecidas epidemias de dengue, comuns a essa época do ano devido ao alto índice de precipitação, e o crescente número de casos do zika vírus no Brasil, transmitido pelo mesmo vetor, o mosquito *Aedes egypti*, e do primeiro caso de infecção com esse vírus em Bauru. Do material analisado, 58 conteúdos têm relação direta com o combate ao mosquito. A dengue é, há muito tempo, um tema recorrente no país, e o jornal insiste em informar o cidadão como evitar a proliferação do vetor: cultivo de plantas em vasos, limpeza de terrenos baldios, vasilhas com água parada e outros cuidados ligados ao meio ambiente.

Das 58 matérias relacionadas à dengue, 31 tem abrangência local e regional, mostrando o quanto a cobertura deste assunto é recorrente no Jornal da Cidade. Isso pode ser observado pelo gráfico 3:

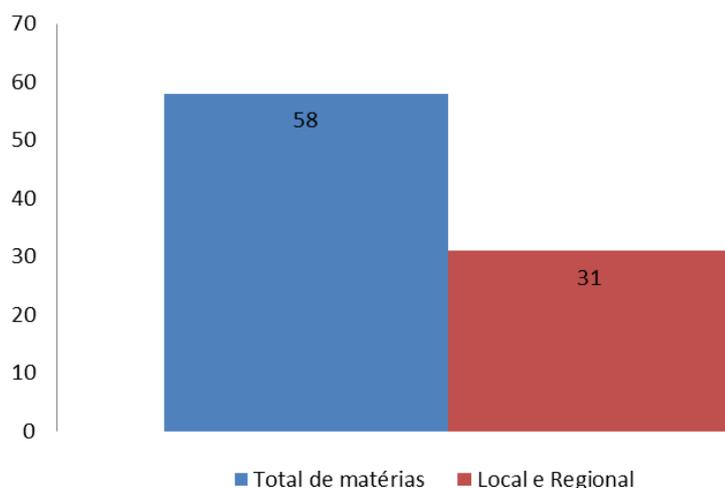


Gráfico 3 - Quantidade de matérias que abordaram o *Aedes egypti* e que se relacionavam ao meio ambiente

Os principais locais diretamente relacionados a meio ambiente são as áreas próximas ao rio Batalha, praças, Jardim Botânico e o Zoológico. É válido ressaltar que o Jardim Botânico e o Zoológico pautam o jornal diversas vezes com suas novidades e ações, em sua grande maioria positivas. Já as notícias relacionadas ao rio Batalha e também com as praças da cidade normalmente são denúncias, situações de destruição e vandalismo ou abandono.

## **CONSIDERAÇÕES**

Foi possível verificar, com essa pesquisa, que o Jornal da Cidade dá grande importância ao conteúdo local, porém muito focalizado em Bauru e ao que o município representa para a toda a região. Mesmo mantendo uma editoria diária dedicada ao regional, a cobertura de muitas cidades é ofuscada e, quando se fala em conteúdo ambiental, é resumido aos problemas causados por chuva ou outros fenômenos.

Chega a ser interessante observar que, no caderno de Turismo, as notícias ambientais não focam nenhuma vez o espaço regional, mas apenas lugares distantes dos leitores, impossibilitando a visualização de locais de visitação naturais mais acessíveis.

Ainda assim, o Jornal da Cidade cumpre bem o papel de realizar um alerta a possíveis tragédias naturais, faz críticas e denúncias políticas nas questões da água, energia e lixo, exercendo um jornalismo cidadão e próximo do cidadão bauruense e fomentando a discussão local dos assuntos.

O tema ambiental ganha força quando é tratado com proximidade do cidadão. Apesar de influenciar no cotidiano de diversas formas e ter muita importância, os acordos globais, as pesquisas e as consequências do aquecimento global e do desmatamento parecem, muitas vezes, muito distantes da realidade diária das pessoas. Aproximar os problemas do público, mostrando que também acontecem no próprio município, como a falta d'água, a ausência de obras e de políticas que impeçam alagamentos e opções de sustentabilidade é papel social muito importante dos jornalistas e dos veículos do interior, que possuem forte poder de influência nos locais onde se encontram.

## REFERÊNCIAS

AGUIAR, L. A. De. O discurso sobre meio ambiente na mídia alternativa: uma análise da revista *Ecologia e Desenvolvimento*. 2008. Disponível em:

<<http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/encontros-nacionais/6o-encontro-2008-1/O%20discurso%20sobre%20meio%20ambiente%20na%20midia%20alternativa.pdf>>.

Acesso em: 31 jul. 2015.

ASSOCIAÇÃO PAULISTA DE JORNAIS. *Jornal da Cidade - Bauru e grande região*.

[S.l.], 2007. Disponível em: <[http://www.apj.inf.br/detalhe\\_associados.php?id=6](http://www.apj.inf.br/detalhe_associados.php?id=6)>. Acesso em: 5 nov. 2016.

BUENO, W. Da C. *Jornalismo Ambiental: explorando além do conceito. Desenvolvimento e Meio Ambiente*, 2007. n. 15, p. 33–44.

CAMPOS, P. **Jornalismo Ambiental e Consumo Sustentável - Proposta de Comunicação Integrada para a Educação Permanente**. São Paulo: Universidade de São Paulo, 2006. Tese de Doutorado. Disponível em:

<<http://www.ecibernetico.com.br/colunaradar/Tese/PDF/PEDRO%20CELSO%20CAMPOS.pdf>>.

DORNELLES, B. *Imprensa local*. Disponível em:

<[https://encipecom.metodista.br/mediawiki/images/b/b4/04\\_imprensa\\_local.pdf](https://encipecom.metodista.br/mediawiki/images/b/b4/04_imprensa_local.pdf)>. Acesso em: 12 maio. 2016.

GUIMARÃES, M.; VASCONCELLOS, M. Das M. N. Relações entre educação ambiental e educação em ciências na complementaridade dos espaços formais e não formais de educação. *Educar*, 2006. v. 27, p. 147–162.

PERUZZO, C. M. K. Mídia regional e local: aspectos conceituais e tendências.

*Comunicação & Sociedade*, 2002. v. 1, n. 38. Disponível em:

<[http://200.144.189.42/ojs/index.php/cs\\_umesp/article/viewArticle/196](http://200.144.189.42/ojs/index.php/cs_umesp/article/viewArticle/196)>. Acesso em: 12 maio. 2016.

SANTOS, J. F. A. A importância do jornalismo de Qualidade na Redução de Riscos e Desastres. *Razón y Palabra*, 2012. n. 79. Disponível em:

<<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199524411012>>. Acesso em: 5 nov. 2016.

VILLAR, R. *Jornalismo Ambiental-Evolução e Perspectivas*. 1997. v. 15, n. 10, p. 05.