

O VALOR DAS NOTÍCIAS SOBRE O CLIMA NO JORNAL BRASILEIRO ZERO HORA

Márcia Franz Amaral¹
Anaqueli Rubin²

Resumo

O trabalho analisa os critérios de noticiabilidade presentes em matérias sobre o clima e do tempo em 41 edições do maior jornal do sul do Brasil, a Zero Hora (Grupo Rede Brasil Sul). Foram analisados 90 acontecimentos climáticos, num total de 164 páginas do jornal ao longo dos meses de dezembro de 2010 e janeiro, fevereiro, março, abril e maio de 2011. Concluimos que os valores-notícia que guiam a abordagem do clima e do tempo em Zero Hora não se relacionam a aspectos que envolvem a problemática ambiental. Temas como a má ocupação do espaço urbano, o assoreamento dos rios e a falta de políticas públicas, que podem ser apontados como causadores de alagamentos ou enchentes, por exemplo, não são evidenciados nas notícias sobre o clima. Alguns discursos permanecem interditados, como por exemplo, discursos de tom mais reformista, os discursos de sustentabilidade e os discursos mais radicais. Os valores-notícia que presidem as matérias de Zero Hora não incluem o cidadão comum no cenário das preocupações climáticas e evidenciam valores descolados da ideia do clima também como objeto de disputas políticas e do leitor como um cidadão interessado no futuro.

Palavras chaves

Jornalismo ambiental; valores notícia; clima e jornalismo

Abstract

This study examines the criteria for newsworthiness present in reports on climate and weather in 41 editions of the greatest newspaper in southern Brazil, Zero Hora (Grupo Rede Brasil Sul). We analyzed 90 weather events, a total of 164 pages of newspaper over the months of December 2010 and January, February, March, April and May 2011. We conclude that the news-values guiding the approach of climate and weather in Zero Hora do not relate to matters involving environmental issues. Issues such as poor urban space, siltation of rivers and the lack of public policies, which can be considered as causes of flooding are not shown in the news about the weather. Some speeches remain banned, such as speeches with reformist character, discourses of sustainability and those most radical. The news-values governing the matters of Zero Hour do not include the ordinary citizen in the scenario of climate concerns and highlight values disconnected from the idea of climate as well as, the object of political disputes and the reader as a citizen interested in the future.

Keywords

Environmental journalism, news values, climate and journalism

Introdução

O trabalho relata os resultados de pesquisa que analisa os valores-notícias associados às matérias sobre o tempo e o clima no jornal mais importante do sul do Brasil, Zero Hora (Rede Brasil Sul). A partir do estudo de 41 edições, mapeamos a cobertura de 90 acontecimentos climáticos para compreender suas representações sociais na imprensa.

O jornal Zero Hora do Grupo RBS tem periodicidade diária, circula em todo o estado do Rio Grande do Sul, com tiragem de 184.663 exemplares³. O Rio Grande do Sul tem estações bem definidas durante o ano e a população sofre os efeitos, tanto do frio e da chuva, quanto do calor e da seca em suas diversas áreas geográficas. Assim, torna-se oportuna a escolha de um jornal que cubra todas as regiões do Estado.

Diante das mudanças no clima, Giddens (2010) destaca que poucos de nós estamos preparados para a gravidade das ameaças que temos pela frente. Estamos lidando com perigos que parecem abstratos e fugidios, por mais que sejam potencialmente devastadores. Não importa quanto nos falemos de ameaças, é difícil enfrentá-las, porque dão a impressão de serem meio irreais – e, enquanto isso há uma vida por viver, com todos os seus prazeres e pressões (p. 20).

Nesse contexto, o autor sugere que a política da mudança climática tem que lidar com o que ele chama de “paradoxo de Giddens”, que pode ser explicado como a falta de reação das pessoas diante dos perigos apresentados pelo aquecimento global. Segundo o autor, mesmo que sejam assustadores, eles não são visíveis na vida cotidiana, o que faz com que as pessoas continuem indiferentes. O paradoxo reside no fato de que todos sabem da gravidade do problema, mas nada fazem para reduzi-la. Pesquisas de atitude revelam, segundo o autor, que a população reconhece o aquecimento global como uma grande ameaça, mas, poucos se dispõem a alterar significativamente sua vida em função disso. “Para a maioria, há um abismo entre as preocupações conhecidas da vida cotidiana e um futuro abstrato, embora apocalíptico, do caos climático” (p.19). A maneira como o clima é interpretado e avaliado depende da sua construção pelos vários atores sociais envolvidos e dos significados que lhe são associados.

Dessa forma, a interação entre clima e sociedade pode ser vista como um processo social e culturalmente mediado. Os significados que atribuímos ao clima estão diretamente ligados à visão de mundo que temos e aos contextos políticos e econômicos a que estamos inseridos. Carvalho (2011) afirma que “as alterações climáticas e os discursos sobre elas são também recriados à luz das culturas de vida” ou, na expressão de Raymond Williams (1981, p.18 apud Carvalho, 2011), “culturas vividas”.

O discurso jornalístico constitui e é constituído de diversas representações sociais sobre o clima. Aliás, os media também influenciam a percepção que os políticos têm dos problemas e muitas vezes contribuem para a definição da agenda política. De forma mais genérica, os media criam um universo discursivo no qual as questões são socialmente construídas. Ao dirigir a atenção para determinados acontecimentos e problemas, os media iniciam com frequência uma cadeia de reações sociais e decisões em relação aos mesmos (Carvalho, 1999, p.6).

Nesse sentido, Carvalho também reitera o poder da mídia em influenciar as decisões políticas afirmando que o(s) discurso(s) sobre o conhecimento científico do problema das mudanças climáticas, e sobre os interesses e valores nele envolvidos, criam “o ‘milieu’, o meio ou ambiente, em que as decisões políticas são tomadas.” (p.6). É nesse contexto que os jornalistas adquirem um papel importante ao reproduzir os discursos que circulam sobre o tema no espaço social.

O sentido associado à questão na mídia também depende de seus profissionais, valores, formação e experiência, bem como da relação com suas fontes. A autora sistematiza diversos estudos sobre a forma como os jornalistas vêem as questões relativas às alterações climáticas na Europa e quais critérios de noticiabilidade moldam o discurso midiático. Wikins & Patterson (1990), por exemplo, observaram que, para se tornarem notícias, riscos ambientais como as chuvas ácidas ou a destruição da camada de ozônio, precisavam “encontrar um evento”. Outro estudo citado pela autora, realizado por Sachsman, Simon & Valenti (2004) com jornalistas ambientais, apontou que esses tendem a dar mais ênfase nas manifestações dos problemas do que na investigação científica e contextos que os originam.

No estudo realizado com jornalistas portugueses, Carvalho (2011) concluiu que, enquanto alguns associam as alterações climáticas à investigação científica e a vêem como uma questão complexa, outros associam-na a estados do tempo. Assim, para os últimos, a saliência de questões relacionadas às alterações climáticas dá-se em função de ocorrências atmosféricas específicas. Isso pode acarretar que em determinados casos as alterações climáticas não conquistem espaço jornalístico ou que sejam atreladas às alterações do tempo.

Os valores-notícia

Os processos de representação são fundamentais para compreendermos os significados acionados pelos valores-notícia em relação aos acontecimentos climáticos. Lembrando Ponte (2004), eles não são marcas de seleção de notícias, mas mapas de representação, e é a partir desse critério que direcionamos nosso estudo.

Partimos da premissa de que os valores que compõem a notícia variam conforme a cultura, o sistema político, a economia e as características de uma região. Traquina ao destacar um estudo dos pesquisadores canadenses Richard Ericson, Patricia Baranek e Janet Chan, publicado em 1987, reitera que, para os autores, os valores-notícia são “múltiplos, entrecruzados e difíceis de classificar” (Traquina, 2002, p. 182).

Em nosso estudo, consideramos os valores-notícia como mapas culturais (Hall, 1973), ou como um código que nos permite ver o mundo de uma forma particular (Hartley, 1982). Para compreendermos de que forma esses valores atuam ou se constituem como tais, é preciso entendermos os discursos fundadores dessa lógica e compreendermos como o jornalismo a alimenta.

Os princípios e finalidades do jornalismo para Kovach e Rosentiel (2003) definem-se a partir do efeito das notícias na vida das pessoas. O conhecimento do desconhecido traz segurança às pessoas, permitindo que elas planejem e administrem suas vidas. Assim, o jornalismo através da notícia tem o poder de reordenar nossa vida. Publicar notícias climáticas pode definir agendas, instaurar reações de medo ou de ação no espaço público social. No entanto, é preciso lembrar como nos diz Hall, que um acontecimento

só passa a fazer sentido, se inscrito num âmbito de identificações culturais e sociais partilhadas tanto pelos jornalistas como pelo seu público.

Partimos do pressuposto de que a notícia é um produto cultural e os valores- notícia não remetem apenas às características do acontecimento ou às rotinas produtivas. Baseamo-nos em Hall, para quem os valores-notícias são elementos partilhados por uma cultura profissional dos jornalistas e costumam funcionar conjuntamente, como uma estrutura que ordena a seleção e a posição de determinadas histórias. Ou seja, os acontecimentos são sempre definidos a partir de seu relacionamento com outros similares e inseridos num quadro de significados familiares.

Os valores notícia operam como estrutura de retaguarda social e requerem um conhecimento consensual sobre o mundo (Hall, 1973 apud Ponte, 2004, p.114). Como afirma Hartley (1982), os valores-notícia não são naturais nem neutros, “eles formam um código que vê o mundo de uma forma muito particular, são, de fato, códigos ideológicos” (1982, p. 80 apud Traquina, 2001, p.116). Nesse sentido, Ponte (2004) destaca que “os valores-notícia não são simples marcas de seleção, são marcas de representação” (p.129).

A representação é o processo social de fazer sentido em todos os sistemas significantes. Segundo Hall (1997), ela corresponde tanto ao processo quanto ao produto de fazer com que os signos se refiram a seus sentidos. O autor lembra que os significados não estão só na cabeça, eles têm efeitos reais e regulam as práticas sociais. Reconhecê-los faz parte do senso de nossa própria identidade, ao termos a sensação de pertencimento. Para a interpretação do significado, não há resposta única, mas sim, uma interpretação provável.

Na abordagem Construcionista da representação, em qualquer cultura há uma grande diversidade de significados acerca de todo e qualquer objeto, e mais de uma forma de interpretá-los ou representá-los. “O significado não é direto, nem transparente e não permanece intacto na passagem pela representação. (...) Está sempre sendo negociado e inflectido, para ressoar as novas situações” (p.9). Ao pensarmos em relação ao acontecimento climático, sabemos que ele pode adquirir significados diferentes para cada grupo social. Para Hall (1997) o significado deve ser considerado como “um

proceso de tradução, que facilite a comunicação cultural enquanto sempre reconheça a persistência da diferença e do poder entre os diferentes falantes dentro do mesmo circuito cultural” (p.10). Assim, por exemplo, a proximidade geográfica pode ser um valor-notícia deste acontecimento (é um valor que funciona como mapa de representação), que demonstra os significados que esse adquiriu para uma determinada comunidade.

Wolf (1999) sistematiza como valores-notícia a importância do indivíduo (nível hierárquico), influência sobre o interesse nacional, número de pessoas envolvidas e relevância quanto à evolução futura. Traquina (2002), baseado em Wolf, afirma ser fundamental a distinção entre valores-notícia de seleção e valores-notícia de construção. Os primeiros referem-se à decisão de escolha dos acontecimentos que serão notícia. Os segundos dizem respeito à redação e edição do material. Chaparro (1994) elege como valores a atualidade, proximidade, notoriedade, conflito, conhecimento, consequências, curiosidade, dramaticidade, surpresa. Sodré (2009) destaca como valores-notícia das pautas profissionais, a novidade (atualidade), a imprevisibilidade (singularização do relato), a proximidade geográfica do fato (identifica público com notícia), peso social (atenção coletiva), hierarquia social dos personagens (famosos), quantidade de pessoas e lugares envolvidos (magnitude do fato), o provável impacto sobre o público-leitor e as perspectivas de evolução do acontecimento.

A *importância* de um acontecimento pode ser expressa pelas *consequências* que um acontecimento acarreta, pela *amplitude* e/ou *impacto* (dimensão do acontecimento), pela *intensidade* ou *gravidade* (expressa pelas quantidades, exageros) e pela *utilidade* ou *prestação de serviço*. Em nossa análise, consideramos como *utilidade/serviço* as notícias destinadas exclusivamente a prestar serviço, trazendo tabelas, informações, dados, etc.

Outro valor-notícia utilizado em nossa análise é o da *excepcionalidade*, o qual se refere a fatos incomuns que representam ruptura. Sabemos que é característica intrínseca do acontecimento, como vimos na literatura, provocar rompimentos. Esses podem dar-se através dos subvalores *mudança*- algo que modifica o rumo de algo e *imprevisibilidade/inesperado/surpresa*, relativos a imprevistos que contrariem expectativas.

Esses imprevistos também podem ser caracterizados pelo valor da negatividade, o qual expressar-se pela morte ou destruição e também pode estar associado a objetos inanimados. A negatividade, para Van Dijk (1998), desempenha um papel central no processamento da informação social, emocional, e cognitiva do leitor. O autor, através da psicanálise, entende que a negatividade pode ser apreciada como “expressão dos nossos próprios receios, e o sofrimento dos outros pode significar tanto tensão como alívio” (Ponte, 2004, p. 127), dependendo da forma como o leitor estiver envolvido.

Segundo Van Dijk (1988 apud Ponte 2004), a notícia é consonante com normas e valores socialmente partilhados. Assim, é de maior aceitação uma notícia consonante com a atitude de jornais e leitores, ou seja, com o consenso ideológico de uma sociedade ou cultura. Quando disso desse quadro dominante, tem menos chance de aparecer, exceto se configurar esquemas negativos sobre o que ou quem representa e se sua descrição for conseqüente com esses esquemas.

Outro valor importante para nossa análise é o da *proximidade*, o qual pode ser expresso em relação à localização geográfica ou cultural. A preferência pelo local, não só geográfico, mas o local onde se vive, é um importante fator para garantir o vínculo entre o jornal e seu público. A linguagem utilizada pelo jornal também pode garantir a proximidade. O discurso direto, por exemplo, em diversas vezes, é utilizado para marcar a oralidade. Ao dar a palavra ao leitor, o jornal reconstitui a fala da maneira como ela ocorreu, eximindo-se de qualquer responsabilidade. Ele transmite, assim, determinadas situações similares àquela vivida, como se as pessoas estivessem presentes no texto.

Ao mostrar os impactos de um determinado acontecimento na vida de uma pessoa comum e utilizar seus testemunhos, o jornal gera uma aproximação com o leitor. No entanto, optar exageradamente pela declaração dos testemunhos em detrimento da fonte oficial, não garante que o tema seja esclarecido, pois a informação pode ficar restrita superficialmente a dramaticidade e não atingir o objetivo de compreensão dos fatos. Diante de acontecimentos relacionados às catástrofes ambientais, é fundamental procurar quem possa propor soluções para o problema.

A utilização de personagens pelo jornal também gera proximidade, além de humanizar o relato, ao apelar à emoção para relatar histórias dos personagens ou vítimas. Ao destacar

determinadas características dos envolvidos, como nome, idade, profissão e hábitos, o jornal personaliza uma história, podendo essa ser até a abertura de uma reportagem ou toda ela. No entanto, se esse processo de individualização ficar restrito apenas a vida privada, os problemas sociais podem ser representados de tal forma que exaltam somente demandas individuais. Isso leva ao que alguns autores chamam de fenômeno de singularização extrema, o qual pode ser observado quando a presença da singularidade é tão intensa que o fato perde em contextualização:

“O critério jornalístico de uma informação está indissolúvelmente 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” (Genro, 1987, p. 163).

Para Amaral (2006), em notícias desse tipo “há um apagamento do caráter sócio-histórico dos fatos sociais, ou seja, eles são apresentados como problemas individuais e perdem a cadeia lógica que os relacionam” (p.65). Em relação a isso, Fowler (1991 apud Ponte 2004) também ressalta que a obsessão por pessoas serve para contornar discussões sérias sobre fatores sociais e econômicos “atuando como um aspecto de uma ideologia hegemônica de representação” (p.127). Também nesse sentido, Ponte reitera que a personalização é importante para o trabalho jornalístico, no entanto, é preciso questionar seus limites e interesses estratégicos, na medida em que o jornalismo utiliza a singularidade e a proximidade que podem levar ao ocultamento do particular e universal.

A humanização do relato jornalístico é fundamental, desde que as histórias sejam contextualizadas. Um dos grandes desafios do jornalismo, segundo Amaral (2006) é “tratar da condição humana e colocar as pessoas em primeiro lugar, sem desligá-las do aparato social” (p.125). Para a autora, cabe ao jornalismo, por excelência, dedicar-se ao interesse público e não ao gosto do público. As notícias devem, assim, remeter o

interesse particular manifestado pelo leitor a um contexto amplo, não a um super dimensionamento dos fatos somente na perspectiva dos indivíduos.

A personalização também pode associar-se ao valor da dramatização ou emoção. Esse costuma dar impacto às notícias e normalmente está ligado a história de personagens ou vítimas, expressando sentimentos ou narrando trajetórias de vida. De acordo com Langer (1992 apud Ponte 2004), para que uma notícia constitua “boas vítimas” é necessário que ela coloque o leitor num lugar de envolvimento e não de espectador. O autor considera boa vítima a pessoa/personagem com a qual cada um possa compadecer-se ou identificar-se. Para que isso aconteça é preciso que a história da notícia rapidamente incorpore uma maneira de o leitor entrar em relação com os envolvidos no evento.

Esse pode ser o caso das descrições jornalísticas de acontecimentos inesperados e fora da ordem do controle humano, como as catástrofes, por exemplo, as quais costumam ir além do registro do fato, atuando como processos de identificação do leitor. Para Ponte (2004), essa identificação dá-se quando se acentua o lado comum das pessoas envolvidas, descrevendo particularidades arbitrárias ou detalhes bibliográficos, “eliminando ou limitando a intervenção humana na ação por uma diversidade de processos discursivos” (p.40). A autora cita como exemplos a atribuição de poder ou ações a objetos inanimados. No caso dos acontecimentos climáticos, podemos citar como exemplos as expressões “chuva mata”, ou “natureza castiga”. Assim, são construídas histórias de fatalidade que operam numa lógica melodramática. A repetição desse tipo de ocorrência para a autora cria um efeito de série, contribuindo para a preponderância de um universo mítico e de uma vontade externa, considerada a toda poderosa, a do destino.

É importante lembrarmos que não cabe ao jornalismo gerar sensações, mas sim produzir conhecimento. Sabemos que existem acontecimentos que carregam grandes proporções de tragicidade e dramaticidade, mas, no entanto, não cabe ao jornalismo reforçar esses aspectos com adjetivos, apenas descrever o fato. Conforme reitera Amaral (2006), “carregar nas tintas de uma notícia ou história não faz com que ela seja mais bem compreendida e em nada contribui para solução do problema” (p.120). É preciso

também que o jornalista tenha respeito pelo sofrimento alheio, não forçando as pessoas a fazer declarações dramáticas.

Valores que presidem as notícias sobre o clima e o tempo em Zero Hora

Nossa amostra de pesquisa constituiu-se de 41 edições. Escolhemos uma sequência de sete edições (24 a 30 de dezembro de 2010 (24 e 25 é uma edição conjunta); e em 2011: 11 a 17 de janeiro; 7 a 13 de fevereiro; 11 a 17 de março; 23 a 29 de abril; 1 a 7 de maio). A escolha desses meses deu-se em função de três características que estabelecemos. Consideramos importante contemplar períodos de mudança das estações do ano, catástrofes climáticas e também a rotina.

Aplicamos na pesquisa de arquivo digital de Zero Hora, no período, uma busca a partir das palavras chaves: chuva, sol, calor, frio, seca, enchente, clima, tempo, nevasca, névoa, catástrofes naturais, deslizamentos e temperatura, para assim, localizarmos assuntos que remetam ao clima em todas as editoriais do jornal. Após localizarmos as matérias, partimos para um estudo do conteúdo apontando os valores-notícia que a justificam. Com base na literatura, na pesquisa das matérias e em entrevistas realizadas com profissionais sobre o tema, construímos uma tabela para operacionalizar a reflexão dos valores-notícia.

Tabela 1 - Valores-notícia e subvalores para análise dos textos em Zero Hora

Valores-notícia	Subvalores
Importância	- consequência - amplitude e/ou impacto - intensidade ou gravidade - utilidade / serviço
Atualidade	
Excepcionalidade	- mudança - inesperado
Emoção / Dramaticidade	
Negatividade	- morte - destruição
Proximidade	

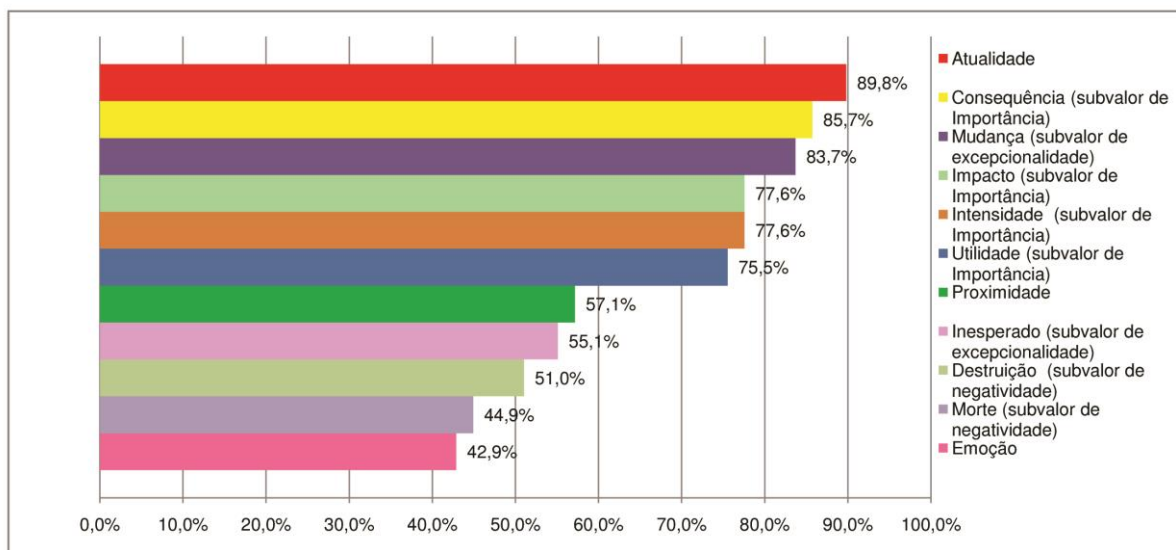
Encontramos 164 páginas que totalizaram 90 acontecimentos relacionados ao clima. Desses, 41 referem-se aos dados meteorológicos presentes nas páginas de previsão do tempo, que apresenta exclusivamente uma prestação de serviço ao usuário, o que nos levou a separar a mostra das páginas de previsão do tempo das demais, pois essas apresentam o subvalor *utilidade* em todas as edições analisadas. Essa repetição poderia inflacionar o valor importância e mascarar os demais valores em relação àqueles que não aparecem diariamente. Assim, dos 90 acontecimentos mapeados em Zero Hora, para fins de análise dos valores consideramos apenas 49 acontecimentos da mostra, como podemos observar na Tabela 2.

Tabela 2- Presença dos valores-notícia nos 49 acontecimentos

Valores-notícia	Ocorrências/percentagem
Atualidade	44 (89,8%)
Importância (subvalores: - consequência; - amplitude e/ou impacto; - intensidade ou gravidade; - utilidade / serviço)	42 (85,7%)
Excepcionalidade (subvalores: -mudança;- inesperado)	41 (83,7%)
Proximidade	28 (57,1%)
Negatividade (subvalores: -morte; - destruição)	25 (51,0%)
Emoção/Dramaticidade	21 (42,9%)

Posteriormente, fizemos uma análise qualitativa de cada um desses valores. É importante ressaltarmos que as matérias tiveram diversos valores-notícia no mesmo texto. Na Figura 1 apresentamos um resumo geral dos percentuais de valores e seus subvalores encontrados nos 49 acontecimentos, os quais serão descritos a seguir.

Figura 1: Percentuais de Valores e subvalores encontrados nos 49 acontecimentos.



Atualidade

Este valor também aparece na literatura como “novidade” e indica uma notícia recente, factual, a qual aparece em cerca de 89,8% das matérias. O sentido temporal dos acontecimentos é usado para ordenar o nosso passado e futuro. No dia **26 de abril de 2011**, por exemplo, edição de terça-feira, o jornal mostra os efeitos da chuva e uma rodovia que deve ficar em meia pista até a próxima sexta-feira.

É fundamental em relação a esse valor, observarmos também, que a temporalidade jornalística é uma prática social que contribui para sedimentar a experiência da vida pública em um tempo e um espaço definidos. Certos acontecimentos são carregados de temporalidade, pois já têm datas definidas para serem descritos.

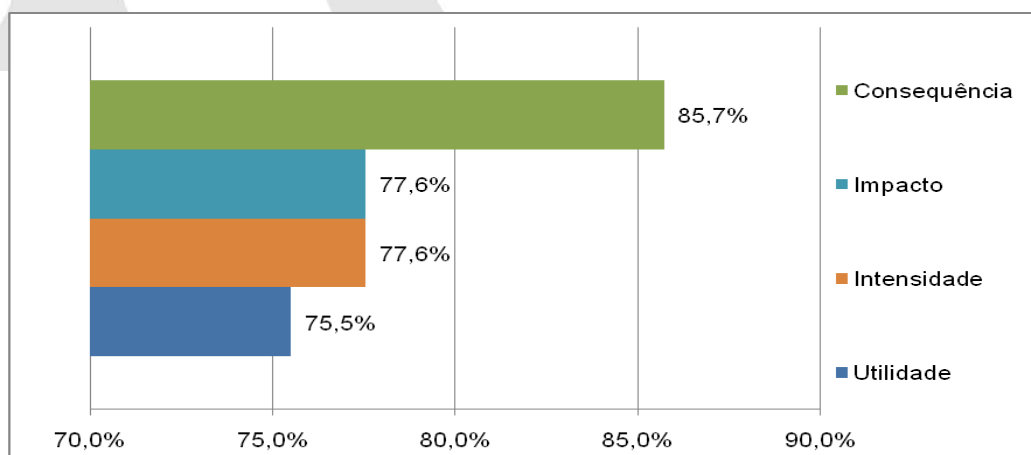
Também é interessante percebermos como os acontecimentos climáticos, através de suas ocorrências e dos sentidos de imediaticidade e de atualidade, podem estabelecer agendas de discussões na sociedade. Na edição do dia **11 de março**, temos uma reportagem com título “*Porque a meteorologia falha*”, apresentando o sistema deficitário dos equipamentos meteorológicos em todo o Brasil. Publicar notícias climáticas em um momento em que a sociedade deve estar em alerta para os efeitos das mudanças no clima, pode definir agendas, instaurar reações de medo ou até mesmo de

ação no espaço público social. No entanto, em Zero Hora, há um predomínio do que aconteceu ontem e não de problemáticas climáticas.

Importância

A *importância* é um valor que pode ser manifestado através do subvalor *utilidade*, presente tanto nas editorias do Tempo como também na Geral e Especial e também através dos subvalores *consequência*, *amplitude e/ou impacto* (dimensão do acontecimento) e pela *intensidade* (expressa pelas quantidades, exageros).

Figura 2: Subvalores que definem o valor Importância nos 49 acontecimentos.



Os acontecimentos climáticos ganham importância nas páginas dos jornais a partir daquilo que ocasionam, de suas consequências, e, principalmente, das mudanças que provocam nas rotinas diárias. É o que podemos observar na notícia *Neblina toma conta – Aeroporto fecha cinco horas no mês*, publicada na editoria de economia, na edição de **5 de maio de 2011**. A abertura do texto diz que mal o mês de maio começou e o Aeroporto Salgado Filho “já viu as estatísticas de *fechamento por causa do mau tempo* dispararem”, causando cancelamentos em vários vôos. É interessante observarmos que através dos títulos e disposições de verbos e frases no texto, fica claro que o motivo pelo atraso e cancelamento é atribuído à neblina e não à falta de equipamentos especiais no aeroporto.

O valor *consequência* do acontecimento climático também fica evidente na edição de **10 de fevereiro de 2011**, na qual uma reportagem especial apresenta os prejuízos causados pelo excesso e pela falta de chuva em diferentes regiões do estado, revelando também os valores *intensidade* (ao quantificar) e *impacto/amplitude* ao mostrar todos os locais atingidos. Na parte inferior da capa, a chamada alerta para os números do contraste (valor de *intensidade*): “Municípios em emergência: 28 pela enxurrada, 19 pela estiagem”. A reportagem demonstra as *consequências* dos acontecimentos climáticos (excesso e falta de chuva), através da fala de especialistas, como meteorologistas e agrônomos. A partir da rotina de um produtor rural que mora no centro da cidade, mas que trabalha com a agricultura, a notícia mostra que, no campo, ele já perdeu parte da soja e que na cidade sofre com o racionamento de água em sua residência. A história do produtor é apresentada como uma, entre as diversas pessoas, que sofrem com a estiagem, reforçando assim a característica de singularidade que o jornalismo adquire quando as notícias mostram pessoas retiradas de seus grupos. No entanto, a reportagem somente apresenta as consequências do evento e não alternativas sobre como lidar com a falta ou excesso de chuva. Assim, notícias desse tipo, exploram a singularização ao apresentar um personagem, mas acabam ocultando contexto e reflexões importantes sobre o assunto.

É importante destacarmos também que a opinião de especialistas raramente é encontrada na mostra analisada. Esse dado dá indícios de que tipo de fonte o jornal utiliza ao abordar o tema. É claro que nossa amostra, constituída de seis semanas, e um estudo sobre fontes, demanda outro tipo de recorte e metodologia, mas é interessante ressaltarmos que com exceção dos meteorologistas da empresa jornalística, os quais são contratados para opinar e explicar os fenômenos, raramente encontramos a fala de outros especialistas.

Por outro lado, a fala dos testemunhos é recorrente em Zero Hora para explicar os fenômenos dos quais foram vítimas, ou os transtornos pelos quais passaram ao enfrentar o acontecimento. Eles interpelam a experiência através do calor da emoção. Aparecem nos eventos climáticos de proporções catastróficas para desempenhar o papel de “portador da verdade” na medida em que sua fala tem o objetivo de dizer aquilo que viu ou ouviu.

Como partimos do pressuposto de que os valores-notícia são mapas de representações que nos permitem ver o mundo de determinada forma, compreendemos que ao dar espaço aos impactos e consequências dos acontecimentos climáticos, o jornalismo aproxima-se do leitor, mostrando de que forma tais acontecimentos interagem com sua vida. No entanto, ao dar destaque exacerbado a personagens e a história das vítimas, através de seus testemunhos, o jornalismo não amplia o debate dos problemas relacionados ao clima, além de não apresentar a opinião das fontes oficiais, entre elas, os órgãos públicos.

Dedicar grandes espaços aos números de uma seca para demonstrar o impacto do fenômeno é fundamental. No entanto, atrelar esses dados somente a histórias individuais, pode contribuir para que o jornalismo concentre-se somente no acontecimento e deixe de lado o contexto social, atribuindo a culpa até mesmo a forças externas, como as da natureza.

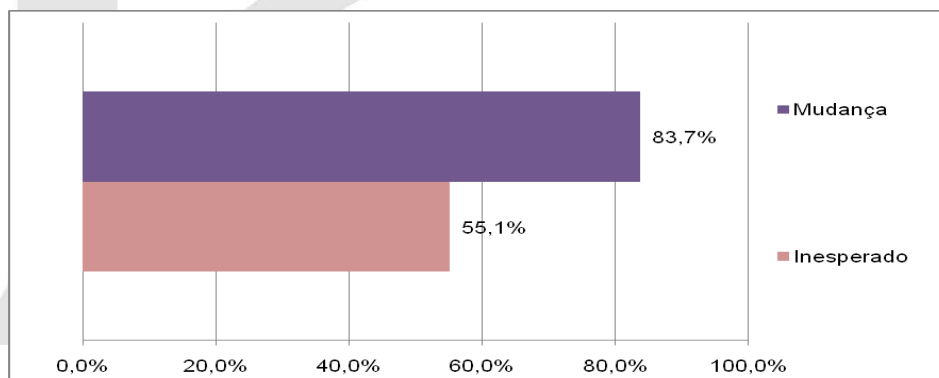
A partir desses exemplos, percebemos que através dos sub-valores utilidade, consequência, impacto e intensidade, os acontecimentos climáticos ganham importância nas páginas dos jornais em função da sua ligação direta com a vida das pessoas. A utilidade fornece às pessoas as informações necessárias para o seu dia-a-dia, em função do próprio clima ser um fenômeno permanentemente presente na vida dessas. A previsão do tempo, por exemplo, adquire o papel de ordenar a nossa vida, pois, conforme o que ela orientar, definiremos quais atividades realizaremos durante o dia, seja no trabalho ou em casa.

Todos esses valores reordenam a nossa vida a partir do momento que evidenciam as proporções do que acontece no mundo. Números, quantidades, estatísticas ou exageros, relativos aos acontecimentos climáticos, podem representar desde a dor de quem perde um familiar, até as consequências financeiras na economia de um país diante de uma seca que atinge determinada região.

Excepcionalidade

A *excepcionalidade* refere-se a fatos incomuns que representam ruptura, a qual pode dar-se através dos subvalores *mudança* - algo que modifique o rumo de algo e *imprevisibilidade/inesperado*, relativos a imprevistos que contrariem expectativas.

Figura 3: Subvalores que definem o valor Excepcionalidade nos 49 acontecimentos.



A *excepcionalidade*, através do subvalor *mudança*, pode ser observada nas notícias que mostram a rotina dos moradores em regiões de seca, os novos métodos que devem ser adotados pela população e impliquem em mudança de hábitos, como podemos observar na edição de **4 de maio de 2011**. O jornal mostra que após 4 meses de racionamento, a cidade conseguiu economizar cerca de 800 milhões de litros de água. A notícia também evidencia os valores de *intensidade* através das comparações e números.

Outro subvalor da *excepcionalidade* é o *inesperado*, evidenciado quando há alguma alteração brusca em temperaturas, como na edição de **2 de maio de 2011**, com o título “*Virada no tempo – frio chega com mais força no RS*” ou também quando o inesperado vem dos céus, com excesso de chuva resultando em deslizamentos, enchentes, destruições e tragédias. Podemos observar este valor-notícia, principalmente nas edições de **23, 24 e 25 de abril de 2011**, as quais registram o desdobramento de uma das maiores tragédias do estado do Rio Grande do Sul, além das edições de **12 a 16 de janeiro de 2011** que relatam a 2ª maior tragédia natural registrada no Brasil (deslizamentos de morro no Rio de Janeiro). A edição de **12 de março de 2011** apresenta uma tragédia mundial que foi marcada pela Tsunami provocada por um forte tremor, a qual destruiu parte do Japão.

Na edição do dia **12 de janeiro de 2011**, o título inferior da capa anuncia: “*Temporais matam pelo menos 14 em SP*”. Na edição seguinte, de **13 de janeiro de 2011**, Zero Hora altera o projeto gráfico do jornal, apresentando uma capa com uma foto que ocupa mais de um terço do espaço mostrando as imagens de deslizamento com a manchete “**VIDA SOTERRADAS**” escrita em letras maiúscula, acompanhada de uma frase abaixo que diz “*Chuva faz mais de 250 mortes em Petrópolis, Teresópolis e Nova Friburgo*”. Nas sete páginas destinadas a cobertura do acontecimento *inesperado* dessa edição, chama-nos atenção os títulos “*Outro cenário, mesma tragédia*”, “*Morros desabam e soterram centenas*”, “*A chuva que mata*”, “*Chuva destrói família de estilista*”. Encontramos na cobertura dessas catástrofes uma mistura de valores-notícia de *atualidade*, *utilidade* (previsão do tempo nos próximos dias), *excepcionalidade* (*inesperado*), *proximidade* (são descritos os locais, nomes das cidades, ruas, localização das casas soterradas na vizinhança, local onde as vítimas trabalhavam), *intensidade* (números de mortos, de desabrigados, de casas destelhadas e destruídas, de ruas alagadas...), *impacto* (dimensão da tragédia), *drama* (a história dos sobreviventes), *emoção* (a reconstituição da rotina do último dia das vítimas fatais, com o máximo de informações sobre elas, a profissão, a idade, a importância que tinham para a comunidade local, “sonhos” que ficaram para trás relatados a partir dos depoimentos de familiares e vizinhos) e *negatividade* (dor, mortes e imagens chocantes).

Esses acontecimentos climáticos são da ordem do sofrimento, prolongando-se conforme nos sugere Babo-Lança (2005), “na dor das perdas, na revelação de possíveis inesperados, no horizonte de possíveis que ele abre, na situação alterada e na ação coletiva com vistas a remediar a devastação” (p.89). Os fatos inesperados operam no imaginário social, principalmente no caso de tragédias, com significações associadas à insegurança e à ameaça. É importante perceber que as catástrofes, como acontecimentos não controlados, são caracterizadas por relatos que atuam na identificação com o leitor. As notícias de interesse humano, principalmente ao reconstruir histórias das vítimas desses acontecimentos, nos provocam a sensação de que o inesperado poderia ter acontecido com qualquer um de nós.

Proximidade

Trata-se de um valor em relação à localização geográfica ou cultural. Como Zero Hora tem circulação local, consideramos como *proximidade* todos os textos referentes ao estado do Rio Grande do Sul, e também os que apresentam características que revelam a proximidade que o jornal busca junto ao seu público. Este valor aparece em 57,1 % das matérias analisadas.

Podemos identificá-lo não somente pela descrição das cidades, por nomes de ruas, mas também pelos estabelecimentos e características dos personagens. A fala dos testemunhos e a personalização das matérias também constituem estratégias que o jornal utiliza para aproximar-se do seu público, e também para aproximar o leitor do fato ocorrido.

Emoção

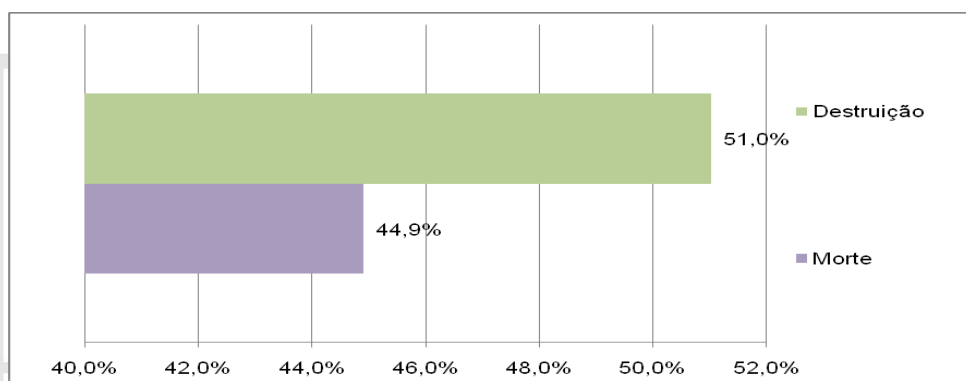
Trata-se de um valor que costuma dar destaque às notícias e, normalmente, está ligado à história de personagens ou vítimas, expressando sentimentos, narrando trajetórias de vida. Aparece em 42,9% das notícias em Zero Hora. Na edição de **25 de abril**, observamos descrições exaustivas do acontecimento a partir dos testemunhos: “Ao ouvir o estrondo que antecedeu a avalanche de terra, Marli teve tempo de pedir ao companheiro, Breno de Lima, que socorresse os filhos, Bruno, 11 anos, e Willian, 5 anos. Ela, porém, não resistiu” (p. 5).

A dramaticidade dos relatos e os detalhes bibliográficos dos personagens aproximam o jornal do leitor, interpelando-o para que se sensibilize, se compadeça ou se identifique com a história relatada. A descrição exaustiva, dramática e emotiva na história das vítimas da seca ou de alagamentos, contribui para o que Ponte (2004) define como um efeito de série, que contribui para o universo mítico da existência de uma vontade externa, toda poderosa, que é a do destino, ou até mesmo da natureza.

Negatividade

Esse valor pode expressar-se pela morte ou destruição conforme a Figura 4:

Figura 4: Subvalores que definen o valor Negatividade nos 49 acontecimentos



Em Zero Hora, as transformações no tempo são apontadas como responsáveis pelas tragédias. A chuva também adquire uma conotação diferenciada em algumas reportagens tornando-se a grande responsável por tragédias que tiram vidas e provocam estragos imensuráveis. As notícias atribuem à natureza ações personificadas (matar, castigar, expulsar) como podemos perceber na chamada “*A chuva desabou como tragédia sobre o sul do Estado ontem. Inundou, ilhou, destruiu, desabrigou, matou, feriu em São Lourenço do Sul, que teve a metade de seu território inundado*”. (11/03/2011 – p. 4).

Tragédias naturais que provocam deslizamentos são carregadas naturalmente de negatividade em função das consequências e impactos que provocam na vida das pessoas, podendo levar até a morte. No entanto, os jornais exageram nas descrições, reforçando e atribuindo à natureza a culpa por esses eventos, operando numa lógica sensacionalista.

Mudanças climáticas como fenômenos discursivos.

Conclusão

Ao refletirmos sobre como o clima é representado em Zero Hora, partimos do pressuposto de que a notícia é um tipo específico de sistema simbólico e configura-se numa construção cultural. Essa construção faz-se através dos valores-notícias, os quais funcionam como mapas de representação, esquemas de interpretação carregados de significados. Esses códigos nunca são neutros, uma vez que acarretam em determinadas formas de se ver ou apresentar algo.

A partir da análise das 41 edições, podemos perceber a incidência de certos valores que se entrecruzam dependendo da natureza do acontecimento climático. Ao pensarmos nos valores e subvalores proximidade, intensidade, impacto, consequência, utilidade, mudança, inesperado, emoção, morte, destruição, atualidade como qualidades que os acontecimentos climáticos têm que ter para ter visibilidade em Zero Hora, percebemos a necessidade de avaliar cada um deles em relação a todo o contexto da matéria, bem como em conjunto, pois, dificilmente eles aparecem sozinhos.

Os acontecimentos climáticos em Zero Hora são da ordem do atual, valor básico do jornalismo, quando apresentam algo que aconteceu ou até mesmo que irá acontecer nas próximas horas (alertas climáticos) revelando ao mesmo tempo o valor de *importância* através das *consequências* e *impacto* desses eventos; da ordem da *proximidade* quando mostram a implicância destes acontecimentos em diversos lugares do estado, trazendo a sensação nas pessoas de pertencimento ou de algo que pode acontecer ao lado; da ordem do *excepcional* quando provocam leves mudanças na rotina da sociedade, ou quando irrompem a ordem das coisas, como é o caso da catástrofe.

O clima pode adquirir um contexto de negatividade quando suas alterações bruscas levam vidas, destroem ruas e a ordem da vida cotidiana, instaurando o medo e a sensação de que a natureza revoltou-se. Esses valores estão presentes nas notícias da Zero Hora, e como os valores-notícia tratam-se de mapas de significados a partir dos quais compreendemos o mundo, eles revelam a forma como o homem se relaciona com o clima. Há uma percepção de que a culpa pelos efeitos negativos dos fenômenos atmosféricos é atribuída à natureza, conforme vimos nos títulos das notícias em Zero Hora. Nesse sentido, cabe ressaltar que Zero Hora contribui para o que o geólogo Rualdo Menegat (2010) chama de “cegueira humana”, na medida em que reafirma a ideia de que a grande culpada por certos eventos é a natureza.

O *impacto* e a *intensidade* destes fenômenos também são valores que afetam a experiência dos sujeitos ao perderem plantações, ao terem que racionar o uso da água, ao lidarem com a própria paciência durante as horas de espera nos aeroportos, por causa da neblina. Esses subvalores juntamente com a *utilidade* e *consequência* mostram porque os acontecimentos climáticos ganham o valor da Importância, o qual tem grande destaque nas edições de Zero Hora, superado apenas pelo valor de atualidade.

Assim, os próprios acontecimentos climáticos determinam os valores simbólicos que o clima adquire enquanto notícia, tornando-o algo muito próximo das pessoas, no momento em que afeta a sua cotidianidade. É na medida em que os efeitos do acontecimento agem sobre ele que acabam elaborando sua significação e o valor simbólico que lhe é dado. Como nos lembra Charaudeau (2006), é preciso que um sujeito seja afetado para que um determinado assunto ganhe significação. Observamos isso, principalmente, nos valores encontrados nos acontecimentos relacionados às tragédias e catástrofes naturais. A enchente não comove apenas a população afetada, mas sim, toda a população que acompanha o desdobramento do acontecimento através do jornal. O acontecimento climático, principalmente os de ordem catastrófica costumam abrigar em si todos os valores-notícia estudados na análise. Observamos que o jornal usa uma narrativa mitológica nas notícias sobre os acontecimentos climáticos, nas quais os relatos fornecem explicações prontas para os fenômenos complexos, resultando em fechamentos de sentidos que não contribuem para transformações sócio-histórico-culturais.

Esse tipo de relato simplifica o conteúdo informativo, e acaba dando um significado universal aos acontecimentos narrados, como se a culpa fosse da natureza ao se contar os mortos pós-tragédia; como se os prejuízos da colheita, em função da seca, fossem algo do tipo “Deus quis assim”. O jornal não provoca a discussão sobre quem são os verdadeiros culpados e o que se pode fazer para que nas próximas estações o problema não ocorra mais. Nesse contexto, o vilão passa a ser a chuva ou a seca.

Esse tipo de compreensão nos revela a forma como a própria sociedade vê o fenômeno. Há um sentido geral de que esses problemas são naturais, demonstrando que a relação do homem com o clima é ideológica. Esses valores demonstram que as pessoas não estão preocupadas com o fenômeno atmosférico, mas sim com os impactos que esses provocam no seu dia-a-dia. O problema não é a falta de chuva, mas sim o que a falta ou o excesso acarreta. A chuva, assim, deixa de ser um fenômeno natural e passa a ser sinônimo de destruição, prejuízo e até morte, mesmo com previsões e alertas diários dos meteorologistas. Há uma ligação despolitizada com o clima e o tempo, desinteressada no futuro longínquo e divorciada dos problemas sociais que envolvem a relação.

No entanto, diante do cenário de discussões sobre mudanças climáticas, é preciso que haja uma mudança radical, como sugere Guiddens (2010), na forma como a sociedade vê esse fenômeno e age diante dele. Nesse contexto, o papel do jornalismo é instigar essa discussão, contextualizar mais esse debate, de tal forma que ele faça parte das preocupações sociais que os indivíduos têm sobre o espaço onde vivem. Conforme Hartley (1982), os valores-notícia não são naturais. Eles formam um código que vê o mundo de uma forma particular. Os critérios de noticiabilidade sobre que aspectos da relação homem-clima devem ser visibilizados pelo jornal reiteram visões de mundo, mas também podem construí-las de outros modos, desde que o jornalismo se dê conta de seu papel de coadjuvante na construção da realidade pública.

A partir dos valores-notícia encontrados podemos observar a forma como o homem interage com o clima em Zero Hora. Nessa relação, o jornal evidencia os efeitos que os acontecimentos climáticos provocam na rotina do leitor. O homem, diante dos fenômenos naturais, aparece como a vítima dos eventos climáticos. Há uma relação em que a natureza é soberana e os sujeitos apenas sofrem os resultados das transformações bruscas no tempo.

Essa representação do clima mostra que não há um debate aprofundado sobre a própria intervenção do homem na natureza e as principais causas desta em Zero Hora. Os valores-notícia que guiam a abordagem do clima e do tempo no jornal estudado acabam não sendo relacionados a aspectos que envolvam a problemática ambiental. Problemas como a má ocupação do espaço urbano, o assoreamento dos rios, os locais de risco e a falta de políticas públicas, os quais podem ser apontados como causadores de alagamentos ou enchentes, por exemplo, não são evidenciados nas notícias sobre o clima. Isso nos mostra como o jornal adota uma postura de isenção em relação a esses problemas. O jornal evita tensões, operando a partir da dramatização e da espetacularização dos acontecimentos climáticos, num movimento pela audiência, aproximando-se da rotina do leitor sem comprometimento com uma leitura mais problematizadora da realidade.

Diante desse resultado, nos perguntamos realmente qual é o papel do jornalismo nesse contexto? As narrativas míticas não dão conta de contextualizar esse problema. O que percebemos é que há apenas uma sensação de que o tempo passou a intempérie e que

desconhecemos o que poderá acontecer amanhã. Embora os alertas sobre as mudanças climáticas estejam circulando no espaço social, a preocupação com o clima parece não fazer parte do esquema de representação que a sociedade tem dele. O paradoxo de Guiddens (2010) se confirma, as mudanças climáticas estão no fundo da nossa mente e lá permanecem.

Com esse trabalho procuramos refletir sobre como contribuir para que essa realidade seja modificada. Foi preciso compreender como se formam esses sentidos, esses mapas de significados a partir dos quais operam as notícias. Partindo do que Motta (2002) nos sugere sobre o poder das notícias em reordenar a nossa vida, acreditamos no poder do jornalismo em contribuir para a circulação desse assunto no espaço público.

Ao pensarmos nos acontecimentos climáticos, ou na forma como eles podem ser representados, concluímos que esses estão carregados de representações da vida social, marcados por significações culturalmente mediadas. Se no espaço social não circulam determinados valores em relação a esses acontecimentos, também não o veremos presentes nessas representações. Por exemplo, se não circular na vida social a preocupação com as mudanças climáticas, também os eventos não carregarão esse significado simbólico de alerta e preocupação. Assim, é necessário que exista um discurso circulando na sociedade para que o acontecimento climático signifique através da notícia, para que ele deixe vestígios e altere “a substância do mundo das coisas, das pessoas, das instituições” (Rodrigues, 1993, p.29), das ideias, dos valores e do próprio espaço social.

O jornalismo tem a tarefa de trazer o acontecimento exterior para a interioridade do texto. Como nos sugeriu Fioravanti (2010), é preciso uma mudança de postura no jornalismo brasileiro. É preciso que o jornalista deixe de acreditar que é um mero transportador de uma ideia sem transformá-la e perceba que é um ser que transforma e negocia significados. Entre eles, uma visão do tempo e do clima menos restrita nas notícias, que inclua o cidadão comum no cenário das preocupações climáticas e não o constranja a meras informações de serviço sobre o dia de amanhã.

Referências Bibliográficas

Amaral, M. F. (2006). *Jornalismo Popular*. São Paulo: Contexto.

Babo-Lança, I. (2005). A constituição do sentido do acontecimento na experiência pública. En: *Trajectos, Revista de Comunicação, Cultura e Educação*, n.8-9. Lisboa, ISCTE: Casa das Letras.

Carvalho, A. (1999). *Mudanças climáticas, organizações ambientais e a imprensa britânica: uma análise do poder de perspectivação*. Congresso da Associação Portuguesa de Ciências da Comunicação. Lisboa.

Carvalho, A. (2011) (Org.) *As Alterações Climáticas, os Media e os Cidadãos*. Coimbra: Grácio.

Carvalho, A, Pereira, E. & Cabecinhas, R. (2011). O trabalho de produção jornalística e a mediatização das alterações climáticas. Em A. CARVALHO (Org), *As Alterações Climáticas, os Media e os Cidadãos*. Coimbra: Grácio.

Chaparro, M. C. (1994). *Pragmática do jornalismo – buscas práticas para uma teoria da ação jornalística*. São Paulo: Summus.

Charaudeau, P. (2006). *Discurso das Mídias*. São Paulo: Contexto.

Fioravanti, C. (2008). Em busca de outras formas de ver e pensar. ANDI. Recuperado em 10 de maio de 2010, de <http://www.mudancasclimaticas.andi.org.br>

Genro Filho, A. (1987). *O Segredo da Pirâmide*. Porto Alegre: Tchê.

Giddens, A.(2010). *A política da mudança climática*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed..

Hall, S. (1997). *The Work of Representation. Representation. Cultural Representations and Signifying Practices*. Sage/OpenUniversity: London/Thousand Oaks/ New Delhi.

Kovach, B. & Rosenstiel, T. (2003). *Os elementos do jornalismo*. São Paulo: Geração Editorial.

Menegat, R. A (2010, maio). *Civilização ficou cega frente à natureza*. Portal Fundação Perseu Abramo. Recuperado em 15 de janeiro de 2011, de <http://www.fpa.org.br/artigos-e-boletins/artigos/rualdo-menegat-civilizacao-ficou-cega-frente-natureza>.

Motta, L. G. (2002). *Explorações epistemológicas sobre uma antropologia da notícia*. *Revista Famecos, Porto Alegre*, n.19, p.01-51.

Ponte, C. (2004). *Leituras das Notícias – contributos para uma análise do discurso jornalístico*. Lisboa: Livros Horizontes.

Rodrigues, A. (1993). “O acontecimento”. En N. Traquina, *Jornalismo: Questões, Teorias e “Estórias”*. Lisboa: Veja.

Sodré, M. (2009). *A Narração do Fato: notas para uma teoria do acontecimento*. Petrópolis: Ed. Vozes.

Traquina, N. (2001). *Teorias do Jornalismo. Porque as notícias são como são*. Florianópolis: Insular.

Traquina, N. (2002). *O Estudo do Jornalismo no Século XX*. São Leopoldo: Editora Unisinos.

Wolf, M. (1999). *Teorias da Comunicação*. Lisboa: Presença.

¹ - Professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria (Brasil), pesquisadora do CNPq, doutora em Comunicação e Informação pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (Brasil) e pós-doutora pela Universitat Pompeu Fabra (Espanha).

² - Jornalista, mestre em Comunicação pela Universidade Federal de Santa Maria (Brasil).

³ Dados do Instituto Verificador de Circulação (IVC) relativos ao ano de 2010.