

KMILLA MOREIRA XAVIER

## **O RURAL NA VEJA: LINGUAGEM, IMAGEM E PODER**

Tese apresentada à Universidade Federal de Viçosa,  
como parte das exigências do Programa de Pós-  
Graduação em Extensão Rural, para obtenção do título  
de *Magister Scientiae*

VIÇOSA  
MINAS GERAIS – BRASIL  
2007

# **Livros Grátis**

<http://www.livrosgratis.com.br>

Milhares de livros grátis para download.

À minha saudosa Vó Nenzinha, que se foi durante esta caminhada deixando em mim seu perfume, sua alegria e um exemplo inspirador de coragem e determinação.

## **AGRADECIMENTOS**

É comum ouvirmos dizer que uma dissertação é fruto de uma reflexão solitária. Penso que falar em “solidão compartilhada” define melhor este momento em que repartimos angústias, dúvidas, êxtases e alegrias. Por isso, agradeço a todos com quem dividi esses sentimentos.

Um carinhoso e admirador agradecimento a minha orientadora France, pela liberdade com que lidamos com este trabalho, pelas reflexões e inquietações despertadas e por me fazer tentar encontrar respostas sobre mim e minha profissão.

Obrigada aos professores do Departamento de Economia Rural, da Extensão Rural e da Economia Aplicada pelo incentivo, pelas contribuições e pelo despertar de dúvidas, tão necessárias para o conhecimento.

Aos meus eternos professores do curso de Comunicação Social, Léa Medeiros, Adriana Passos e Ana Carolina, pelos conselhos ao longo dessa vivência acadêmica.

Aos funcionários do DER, prestativos e pacientes com esta estudante um pouco atrapalhada: Tedinha, Carminha, Luiza, Graça, Cida, Helena e Brilhante.

Obrigada aos queridos amigos do mestrado, pelas experiências compartilhadas, pelo estímulo e pelos momentos de descontração.

Um obrigado especial aos meus tios Nédma e Wilian, por tudo que fizeram por mim nestes anos de Viçosa. Além da gentil acolhida, ganhei novos pais. Esta trajetória foi muito mais feliz com vocês.

À minha família, meus pais José e Sílvia e minhas irmãs Thauana e Raisa. À distância, com palavras de incentivo e carinho me fizeram chegar a este momento de amadurecimento.

Ao Rodrigo, que nesta fase final foi muito importante, me fazendo acreditar mais em mim mesma.

À Universidade Federal de Viçosa pelas oportunidades e experiências e o CNPQ pela bolsa concedida

À Deus, pela vida e pelas pessoas que tem colocado ao meu redor.

## SUMÁRIO

<b>RESUMO</b> .....	
.vii	
<b>ABSTRACT</b> .....	
.ix	
<b>1. INTRODUÇÃO</b> .....	
1	
1.1 O rural em pauta .....	<b>4</b>
<b>2. INFORMAÇÃO: UM BEM SIMBÓLICO</b> .....	
11	
<b>3. A COMUNICAÇÃO DE MASSA E SEUS EFEITOS</b> .....	
17	
3.1 O Agendamento .....	
21	

<b>4. MÍDIA E MEDIAÇÃO.....</b>	
<b>33</b>	
4.1 O Jornalismo em busca de categorias .....	
<b>37</b>	
4.2 Em revista, a reportagem.....	
<b>39</b>	
4.3 A Revista Veja.....	
<b>42</b>	
<b>5.PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS.....</b>	
<b>46</b>	
5.1 Seleção das reportagens.....	<b>47</b>
5.2 Codificação.....	
<b>49</b>	
<b>6. SISTEMATIZAÇÃO E INTERPRETAÇÃO.....</b>	<b>51</b>
6.1 Inferências sobre as reportagens.....	<b>52</b>
6.2 Inferências sobre os interlocutores no conteúdo das reportagens.....	<b>68</b>
<b>7. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>81</b>
<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....</b>	
<b>86</b>	

## **RESUMO**

XAVIER, Kmillia Moreira, M.Sc., Universidade Federal de Viçosa, maio de 2007. **O rural na Veja: linguagem imagem e poder.** Orientador: France Maria Gontijo Coelho. Co-Orientadores: José Benedito Pinho e José Norberto Muniz.

Esta dissertação analisa e interpreta a imagem do meio rural brasileiro veiculado pela mídia, especificamente, a revista *Veja*, mídia noticiosa impressa. A unidade de análise escolhida foi a revista semanal de informação de maior circulação nacional, a *Revista Veja*, pesquisada ao longo dos anos 2004 e 2005. Esta opção condiz com os propósitos deste trabalho, de verificar a imagem do rural mostrada a um público heterogêneo e não necessariamente vinculado ao

meio rural. A pesquisa tem como pressuposto o importante papel dos meios de comunicação de massa que lidam com a informação jornalística na tarefa de mediar as concepções de realidade. Este estudo situa-se na perspectiva das pesquisas que consideram os meios de comunicação de massa como instrumentos capazes de exercer algum efeito sobre as concepções dos receptores das mensagens. Para a análise tomou-se como base o conceito de poder simbólico em sua relação com a linguagem e as interações mediadas como elementos que explicam o processo de produção de notícias dentro da hipótese do *agenda setting* e do enquadramento das notícias. Nesta pesquisa, partiu-se da idéia de que o rural poder ser melhor entendido hoje, à luz do conceito de multifuncionalidade da atividade agrícola. Buscou-se, assim, identificar os principais temas relativos ao meio rural nas mensagens jornalísticas, mas principalmente o modo como ele é categorizado, caricaturado ou valorado. Para isso, recorreu-se à procura de artifícios de justificação e fundamentação da mensagem jornalística que ajudam a revelar um tipo de representação do rural. A reflexão explora elementos de carácter mais objetivo, como a análise da seleção e disposição das mensagens no noticiário, além, de elementos valorativos presentes no conteúdo da própria mensagem, como as fotográficas e função das fontes no texto. Os dados depreendidos deste estudo mostram a mídia como um instrumento de mediação de sentido e poder socialmente legitimado, capaz informar e formar a partir dos enquadramentos que produz sobre o meio rural.



## ABSTRACT

XAVIER, Kmilla Moreira, M.Sc., Universidade Federal de Viçosa, May, 2007. **The rural in Veja Magazine: language, image and power**. Adviser: France Maria Gotijo Coelho. Co-Advisers: José Benedito Pinho and José Norberto Muniz.

This dissertation analyzes and interprets the image of the Brazilian rural middle propagated by the media, in specific the *Veja Magazine*, printed Brazilian mass media. The analyze unit choused was the information weekly magazine that have the most public in Brazil, the *Veja Magazine*, studied through years of 2004 to 2005. This option have relation with the proposes of this work, that are to verify the Brazilian rural image showed to an heterogenic public but not necessary linked with the rural middle. The study wants to show the important role of the mass communications media that deals with the journalistic information in a task of mediate the reality conceptions. This study agrees with the researches that show us that the mass communications media are a tool able to exercise some influence in the messages ideas from the receivers. This analyze used the idea of symbolic

power and its relationship with the language and its interactions mediate like elements that explain the news production process in a hypothetical of settings scheduling and news framings. This research, begins with the idea that the rural can be better understood in the nowadays, by the light of the concept of multifunction in the agricultural activity. So, the intention was to identify the main subjects that have relationship to the rural middle in the journal messages, but mainly the way how it is categorized, caricatured or appreciated. To it, a search have done to try to find ways to justificate and to base the journalistic messages that help to show a kind of rural representation. The reflection explore better objectived elements, like the analyze of the selection and the placement of the messages in the news, and valorized elements in the content of the message itself, like the photography ones and the font function in the text. The data in this study shows the mass media like a tool of sense mediation and power socially legitimate, able to inform and form its frames produced about the rural middle.



## 1. INTRODUÇÃO

Um produtor de laranja diante de uma notícia na TV sobre o amarelinho, uma praga que está arrasando laranjais, tem como referência a sua propriedade, conhece bem os transtornos. Um agrônomo ao ler no jornal a apresentação de uma nova técnica que se promete fácil e fantástica para produção hidropônica, pode atentar para o fato de que na prática, não é tão simples assim. Um pesquisador ou estudante universitário das ciências agrárias ao comprar uma revista com a temática rural, tem a sua volta colegas, profissionais e uma vasta produção acadêmica que lhe permite confirmar ou contestar a informação ali anunciada. Todos estes exemplos, são casos, personagens e situações em que o rural se faz presente, é real, sem mediações.

E o indivíduo comum, urbano em tempo integral, não necessariamente ligado a alguma prática rural? Mesmo que não vivencie cotidianamente os fazeres multifuncionais da vida rural, de alguma forma, ele tem uma imagem do que seja o rural. Imagem, certamente influenciada também pelos meios de comunicação de massa, fazendo com que sua principal referência sobre o rural seja este espaço midiático de jornais, revistas e telejornais. Esta certeza fez brotar algumas indagações: Qual rural a imprensa, inserida nas comunicações de massa, mostra? Como a diversidade atual está sendo representada para este público diverso? Que interpretação é possível fazer sobre a imagem configurada. As respostas para essas questões, acredita-se, podem ser respondidas com uma análise textual e iconográfica do rural noticiado na imprensa.

As bancas de revistas estão repletas de publicações como Globo Rural, Panorama Rural, Safra, Balde Branco; os principais jornais do país trazem suplementos agropecuários; programas de TV e sites especializados exploram a temática rural, e canais de TV como Canal Rural, Agrocanal e Terra Viva dedicam toda programação a assuntos relacionados ao campo. Mas, uma peculiaridade destes meios, onde se pratica jornalismo especializado, é destinar-se a públicos mais ou menos homogêneos, numa linguagem relativamente particularizada,

voltada principalmente para aqueles personagens mencionados inicialmente. Por isso, as respostas para as primeiras perguntas só poderiam ser encontradas, observando-se um meio de comunicação não especializado, direcionado a um público heterogêneo, mas capaz de ater-se a assuntos relacionados ao rural de modo significativo, como a revista semanal de informação geral *Veja*.

O foco deste estudo é a notícia sobre o rural, cuja informação não é direcionada propriamente ao sitiante, ao agricultor, ao técnico agrícola, ao extensionista e demais atores do campo, como fazem as abordagens de clássicos e referenciais estudos sobre comunicação rural<sup>1</sup>. O enfoque é outro. É aquele em que o rural é mostrado pela imprensa a um público múltiplo, heterogêneo, não segmentado, vinculado a diversas atividades existentes na sociedade de massa e consumidor dos produtos dos meios de comunicação de massa, em especial, os produtos jornalísticos. Este público, que não vivencia diretamente o rural e suas questões, tem à sua volta um rural representado nos (e pelos) meios de comunicação sob a forma de notícias, reportagens e artigos opinativos. Destas diferentes formas de apresentação das mensagens jornalísticas e de diálogo com o receptor, optou-se por analisar a Revista *Veja* por meio do gênero reportagem, devido a algumas de suas peculiaridades e por representar a essência do jornalismo de revista, como se verá em capítulo posterior.

Alguns estudos acadêmicos já verificaram as características da cobertura jornalística sobre o meio rural. Alguns, inclusive, em sua mais nova faceta, o agronegócio, analisado por Silva (2002), através de notícias na internet. Pesquisando os suplementos agrícolas dos sete maiores jornais brasileiros, Liberal (1999) concluiu que a tônica do *agribusiness* prevalece, pois ocupam os maiores e mais nobres espaços editoriais, temas vinculados à produção animal, lavouras permanentes, extração vegetal, indústria rural e outros. O autor observou, também, que a cobertura é pouco relevante no que diz respeito a temas sociais como questão agrária ou meio ambiente.

A ausência de temas como reforma agrária também foi notada por Sapper (1992) ao analisar duas revistas especializadas sobre o rural, concluindo também, que prevaleceu no noticiário a categorização do homem do campo em um só tipo social: de “produtor”. Outra análise, agora em telejornalismo, revela que o

---

<sup>1</sup> Nestes estudos, o uso dos meios de comunicação está relacionado à transferência de informação e tecnologia para os envolvidos com o setor agropecuário, para o homem do campo como apresenta Everett Rogers, e as reflexões críticas de Paulo Freire e Juan Bordenave

noticiário assume o papel de incentivo à modernização e à produtividade na agricultura, como esclarece Seixas (1990), ao concluir que a tecnologia adquire o significado de único e exclusivo meio para melhorar a produtividade. Também neste estudo, a noção de empresário rural é divulgada dentro de um modelo ideal de agricultura em que há quase a “sacralização” da prática científica e a validação do saber científico por meio da linguagem utilizada nas reportagens. Apesar das abordagens e objetos diferentes, todos esses estudos se assemelham ao ter como unidade de análise veículos jornalísticos segmentados e destinados a públicos minimamente especializados na temática rural, generalização, que não cabe aos leitores da revista analisada nesta pesquisa.

Para estes leitores, em geral, distantes do universo noticiado, a metáfora dos meios de comunicação de massa como janela para o conhecimento é ainda mais forte. Ao fornecer grande parte das informações que a sociedade contemporânea dispõe sobre a realidade, os meios de comunicação de massa, por meio da notícia, atuam na geração de conhecimento nos indivíduos porque são fontes de fundamentação de processos que envolvem os cidadãos em sua relação com o seu ambiente. Acredita-se que a informação jornalística pode permitir alargar o espaço de interação social, desvencilhando a imagem que o indivíduo faz de seu ambiente, de sua experiência direta, como ressalta Medina (1978). Contudo, essa relação pode comportar também a situação contrária. Como esclarecem Adorno e Horkheimer (1991), a dialética do esclarecimento não pode ser perdida de vista pois, a informação não só informa como também forma e conforma a compreensão num determinado sentido.

Na sociedade contemporânea, o indivíduo não vivencia ou presencia, necessariamente, todos os tipos de relações sociais e situações geradoras da complexa sociedade urbana e industrial. Afasta-se, portanto, da situação apresentada por Lerner (citado por Medina, 1978), quando os homens em seus núcleos sociais primitivos, valiam-se apenas dos discursos transmitidos oralmente por seus contemporâneos e antepassados e que estavam ligados à experiência direta. As migrações, o crescimento das cidades, a diferenciação social e o processo de individuação da sociedade moderna, potencializaram um afastamento dos homens e o imenso número de fenômenos que os cercam. Fenômenos e acontecimentos que passaram a ser selecionados, ordenados e

transmitidos aos indivíduos através de meios de comunicação de massa, tornando o distante próximo e o direto mediado.

A midiática da vida social moderna é uma característica indelével do tempo presente. Não se trata, assim, de condenar a mídia, mas reconhecer seu poder e sua relação imbricada com o mundo contemporâneo, sem deixar de ver nela a materialização imagética e informativa das relações de força contraditórias, presentes na sociedade capitalista mediaticizada dos séculos XX e XXI.

Desta forma, tendo como pressuposto que o papel assumido pelos meios de comunicação de massa na sociedade atual, sobretudo os que lidam com a informação jornalística, é o de atuar como mediadores da concepção de realidade, este trabalho teve como objetivo geral analisar e interpretar a imagem do rural noticiado na mídia impressa. Especificamente, como exercício acadêmico de análise e interpretação, pretendeu-se descrever e caracterizar a disposição e a composição da mensagem jornalística sobre o rural na Revista Veja. Além disso, objetivou refletir e inferir sobre o processo midiático de formação da agenda de notícias sobre o rural nesta revista. E, finalmente, identificar valores explicitados ou sutilmente contidos nas matérias selecionadas.

Diante do desafio de elaboração de estratégias metodológicas para essa dissecação da imagem do rural configurada pela revista num determinado período, foi necessário definir o que se poderia entender como rural, objetivando, assim, estruturar uma referência comparativa.

## **1.1 O Rural em Pauta**

Ao focalizar e pautar o rural, a mídia noticiosa tem a sua volta uma realidade que, de tão complexa e multifacetada, torna difícil uma delimitação objetiva. Interpretações acadêmicas e concepções governamentais resultantes de políticas públicas esforçam-se continuamente em mapear a noção deste universo que historicamente confunde-se com as noções de campo e de agricultura. Percepções diversas, guiadas a partir de múltiplas referências: o rural visto como oposição ao urbano, às cidades, à indústria, ou relacionado à produtividade, à posse da propriedade, a identidades culturais ou ainda como espaço de lutas sociais.

Como esforço de investigação de uma referência teórica-conceitual para a seleção das reportagens na Revista Veja, realizou-se um levantamento exploratório dos temas debatidos na Sociedade Brasileira de Economia e Sociologia Rural (SOBER). Essa tentativa de verificar os temas relacionados ao meio rural em voga academicamente teve também o intuito de ampliar e atualizar as referências sobre o rural. Por meio da leitura dos anais dos congressos dessa entidade, relativos aos anos de 2004 e 2005, foram identificadas palavras-chave no índice de assuntos, que de certa forma, codificavam temas mais freqüentes nos estudos permitindo, localizar quais assuntos despertaram mais interesse nos pesquisadores, ou seja, o que, dentro do universo rural, esteve em evidência. Quantificando o levantamento obteve-se o seguinte quadro:

**Quadro 1 - Palavras mais freqüentes nos anais do Congresso Brasileiro de Sociologia e Economia Rural (anos 2004 e 2005)**

Palavras-chave	Freqüência	Palavras-chave	Freqüência
Desenvolvimento (Agrícola, Econômico, Local/ Regional, Rural, Sustentável, Territorial)	107	Mercado (Trabalho, Futuro, Internacional, Commodities)	102
Agricultura Familiar	57	Agronegócio	55
Exportação	52	Competitividade	52
Cooperativismo	47	Soja	43
Cadeias Produtivas	35	Café	36
Leite	34	Estratégias	34
Comercialização	33	Assentamento	32

Ainda como esforço de seleção do material que contribuiu para a constituição da imagem do rural na Revista Veja, mais do que a busca por conceitos, foi necessária uma tomada de posição teórica e ontológica acerca do que seria esse rural. Assumindo a relação entre esse rural e as práticas de produção na agricultura, o conceito de multifuncionalidade mostrou-se pertinente e adequado, por permitir caracterizar mais conceitualmente a complexidade de boa parte das unidades produtivas do meio rural contemporâneo. Além disso, abre possibilidades interpretativas sobre os diversos modos e personagens do campo ligados às demandas da sociedade moderna.

A riqueza do conceito multifuncionalidade está em associar à atividade agrícola funções que ultrapassam sua visão de provedora de safras e insumos.



Ele permite enxergar o rural manifesto “para além da produção”<sup>2</sup>. Esta fronteira é rompida, basicamente, porque ele assume quatro complementares dimensões da função primária da atividade agrícola: a reprodução socioeconômica das famílias rurais, que se faz por trocas dos mais diversos tipos que se dão no campo ou na cidade; a promoção da segurança alimentar; a manutenção do tecido social e cultural e a preservação dos recursos naturais, completando o quadro interpretativo deste espaço social, apresentado por Carneiro *et al* (2003).

“A multifuncionalidade tem a ver com o reconhecimento de que a agricultura é capaz de produzir externalidades positivas para a sociedade, assumindo como o nome indica, inúmeros papéis (preservação do patrimônio cultural e paisagístico, conservação dos recursos naturais) além da produção agropecuária *per si*” (ANJOS, 2006: 55)

Embora o debate sobre as funções da agricultora não seja novo, o que muda com essa conceituação são as funções valorizadas nos diferentes contextos sócio-históricos.

“A abordagem da multifuncionalidade da agricultura se diferencia das demais por valorizar as peculiaridades do agrícola e do rural e suas outras contribuições que não apenas a produção de bens privados, além dela repercutir as críticas às formas predominantes assumidas pela produção agrícola por sua insustentabilidade e pela qualidade duvidosa dos produtos que gera. (Carneiro, 2003:19)

Outro ponto que merece esclarecimento sobre o neologismo é que ele não põe fim à controvérsia acerca das definições de agricultura e rural, pois como aponta Carneiro (2003: 19), o rural comporta o não agrícola e mesmo a noção de multifuncionalidade tende a atribuir um “peso excessivo à dimensão agrícola (e econômica) da reprodução das famílias rurais”. Mesmo assim, não advém daí sua principal contribuição, pois a elaboração desse conceito consiste em ajudar a responder a questões que vão desde a natureza do processo produtivo agrícola e seus impactos socioambientais até a dinâmica de reprodução das famílias rurais e de ocupação do espaço social agrário. Contribui, assim, para a passagem do agrícola para o rural e o familiar. (CARNEIRO, 2003).

---

<sup>2</sup> Referência ao título do livro “Para além da produção: multifuncionalidade e agricultura familiar -Maria José Carneiro e Renato Maluf

Originado na França, o conceito fundamentou a adoção de políticas públicas que acabaram se estendendo por toda União Européia. Sua formulação tem raízes no modelo produtivista em que a grande oferta de alimentos garantiu segurança alimentar interna e posição de destaque no mercado internacional. Na França dos anos 1960, a modernização intensa da agricultura fez desta nação, depois dos Estados Unidos, a segunda entre os principais exportadores agrícolas do mundo. (ANJOS, 2006).

A exaustão do modelo sustentado pelas tecnologias da Revolução Verde impôs uma inversão radical da dinâmica do setor agrário em muitos países porque causou danos em vários aspectos. Problemas econômicos como os ocasionados pela superprodução, sociais, como o esvaziamento dos espaços, situações relacionadas às metas produtivas, somam-se à questões ambientais, como o desgaste dos recursos naturais. Tornou-se necessário, então, repensar esse modelo de modernização, até para adequar a agricultura às normas internacionais que exigiam o fim dos subsídios. No caso da França, a ação de agricultores solidamente organizados foi compartilhada por governos abertos a este debate, sensíveis às demandas dos agricultores e à percepção de parte da sociedade francesa que “associa o meio rural e a prática da agricultura às exigências da qualidade do quadro de vida e dos produtos alimentares”. (CARNEIRO, 2003:13).

O debate da multifuncionalidade da atividade agrícola surge polarizada entre duas concepções.

“Por um lado, uma visão econômica da crise da agricultura – baseada na determinação das leis de mercado que, em última instância, se traduziria pela drástica redução do número de agricultores e pela extinção desta atividade em grande parte do território nacional – e, por outro lado, uma visão sociopolítica que defendia o princípio de que a atividade agrícola não se esgota na simples oferta de produtos ao mercado, mas que fornece igualmente outros bens à sociedade, inclusive bens considerados imateriais, o que faz da agricultura uma atividade com múltiplas funções, isto é, multifuncional” (Carneiro, 2003: 13)

E vai além. A noção de multifuncionalidade em sua raiz européia firma-se quase como um contrato social, um compromisso, em que os agricultores concordam em atender a demandas da sociedade, que, por sua vez, ouve as demandas formuladas pelos agricultores. Nesse intercâmbio propositivo, estão temas como os de caráter ambiental, no sentido de que agricultores devem

preservar os recursos naturais e conservar a paisagem rural. E, ainda, o compromisso de assegurar alimentos de qualidade e dignos da confiança para os consumidores, que, cada vez mais, atentam para valores como localidades, tradições, processos de produção técnica e socialmente aceitáveis.

A noção de multifuncionalidade, segundo Carneiro (2003), estabeleceu um vínculo indissociável acerca da “concessão de tratamento especial e diferenciado”, para a agricultura, leia-se, subsídios, no âmbito das negociações na Organização Mundial do Comércio. O debate ganhou destaque quando a Comunidade Européia, durante a conferência da Organização Mundial do Comércio em Seattle (EUA, em 1999, valeu-se do argumento para justificar que, em razão das funções múltiplas exercidas pela agricultura naquela sociedade, este setor não deveria ter um tratamento meramente comercial, a despeito das reivindicações de países que buscavam a remoção de barreiras comerciais e a liberalização do comércio agrícola. (Soares: 2001).

Segundo Carneiro *et al* (2003), ainda que, no Brasil, a promoção da multifuncionalidade deva ser combinada com o estímulo à produção de alimentos, o conceito é útil por iluminar concepções obscurecidas pelo recorte econômico e produtivista, colocando em cena também a análise dos processos sociais agrários. Essas são concepções que servem de estratégia para atuação de políticas públicas fidedignas à realidade, às potencialidades e interesses dos atores do campo. O registro desta possibilidade, faz com que o conceito seja, no caso do Brasil, aplicado para melhor entendimento do universo rural, destacando do todo, o espaço da agricultura familiar. Além do mais, a representatividade da agricultura familiar no rural brasileiro é comprovada por muitos estudos, como o realizado pelo Incra/FAO com base no Censo Agropecuário de 1996, evidenciando que os agricultores familiares representam 85,2% do total de estabelecimentos, ocupam 30,5% da área e são responsáveis por 37,9% do Valor Bruto da Produção Agropecuária Nacional (VPB), mesmo recebendo apenas 23,5% do financiamento destinado à agricultura naquela época<sup>3</sup>.

No contexto brasileiro, a conversão do conceito da multifuncionalidade traz à tona outro conceito que evidencia e valoriza as demais funções da agricultura relacionadas à questão do incremento da renda por outras fontes de trabalho que não, necessariamente, geradas no processo agrícola, a chamada **pluriatividade**.

---

<sup>3</sup> Projeto de Cooperação Técnica Incra/FAO. Novo Retrato da Agricultura Familiar: O Brasil redescoberto

O termo, segundo Schneider (2003), implica diversificação das formas de organização da agricultura e de estratégias de reprodução dos agricultores como o assalariamento urbano, a transformação industrial ou artesanal e a produção agrícola ou, ainda, o desenvolvimento de atividades terciárias na propriedade rural, como turismo. Estes são elementos que evidenciam a dinâmica do espaço rural mesclando atividades rurais e urbanas, agrícolas ou não; formas de produção e renda que passam a ser incorporadas nas análises sobre o meio rural.

De acordo com Schneider (2003), a pluriatividade surgiu, especialmente, após as transformações na década de 1990, que fizeram o mundo rural brasileiro caminhar para um processo de diferenciação entre agricultura e espaço rural. A explicação, também para este autor, é o crescimento da população ativa que reside em áreas rurais, mas está ocupada em atividades não-agrícolas, reforçando o argumento de que, além da produção de alimentos e matérias-primas, o espaço rural também é um lugar de lazer, de identidade cultural, de habitação, ou seja, multifuncional. Relacionando os dois conceitos, Carneiro (2003) diz que a pluriatividade está associada à geração de bens privados enquanto que a multifuncionalidade diferencia-se por englobar e gerar bens públicos.

No que diz respeito à função de reprodução socioeconômica, a atividade agrícola multifuncional é aquela que permite às famílias manterem-se no campo em condições dignas, ainda que a contribuição menos importante venha da renda monetária obtida pela produção agrícola, aponta Maluf (2003). Isto revela a importância da produção para o autoconsumo familiar, do acesso a terra como garantia de moradia e de permanência no campo ou mesmo do trabalho agrícola temporário como fonte de renda. Além disso, existe uma relevância social reiterada por Maluf (2003:139): “igualmente importante aos aspectos econômicos, a condição de agricultor mantém-se como elemento essencial para a identidade e inserção social e para as formas de sociabilidade das famílias rurais”.

A função de promover a segurança alimentar das próprias famílias rurais e da sociedade é representada pelo fornecimento de alimentos em quantidade suficiente e de qualidade pela família. Embora a fragilidade das condições de trabalho normalmente dificulte o cumprimento deste papel, aspectos como a produção orgânica e a agregação de valor aos produtos agrícolas, são demonstrações do entendimento desta função.

Fatores ligados à identidade social e às formas de sociabilidade das famílias e comunidades rurais explicam a função de manutenção do tecido social e cultural. Maluf (2003) explica que, embora fujam das análises habituais, aspectos como modos de vida, relações com a natureza, relações com parentes e vizinhos e produção de alimentos para a própria família tem grande influência quando a questão é a permanência no campo, mesmo que, muitas vezes, a expectativa quanto aos rumos da atividade agrícola seja pessimista.

Mesmo sendo considerada uma das multifunções da atividade agrícola e, muitas vezes, faça parte de exigências legais e comerciais, a preservação dos recursos naturais e da paisagem rural é um ponto conflitante nas interpretações do rural não só do ponto de vista acadêmico como também no prático. Análises da multifuncionalidade que tomam como referência o uso dos recursos naturais, a preservação da biodiversidade e as relações entre atividades econômicas e paisagem mostram que, embora façam parte dos objetivos de muitos agricultores, distanciam-se de muitas de suas práticas. (Maluf, 2003). Apesar desta função, nota-se que práticas tradicionais que desgastam os recursos naturais, aliadas a conflitantes aspectos da legislação ambiental e de órgãos de fiscalização, evidenciam esta distorção, equacionada à medida que vão sendo incorporadas novas práticas em razão de políticas de desenvolvimento rural sustentável.

Evidenciar o aspecto multifuncional da agricultura pode colaborar para que a sociedade tenha uma visão mais plural sobre o rural ou pelo menos, que seja visto como mais um aspecto a disputar a atenção de leitores já acostumados à imagem agrícola produtivista dos noticiários sobre safras, recordes, ranking e *commodities*. Com a perpetuação desta imagem, caminha-se para uma concepção de rural que se pode chamar de ruralista-produtivista como dizia Mendonça (1990). Para Carneiro (2003), o problema em conceber o rural unicamente sob o viés econômico é, em que não sendo como tal, a condição de agricultor passa a ser desconhecida ou descaracterizada.

## 2. INFORMAÇÃO: UM BEM SIMBÓLICO

O conceito de poder simbólico de Pierre Bourdieu e as diretrizes da hipótese do agendamento formam as bases teóricas de compreensão da unidade de análise deste trabalho. São fundamentações que sustentam a reflexão sobre os fatores inerentes à mediação do real que se faz através da mídia e ajudam a compreender a imagem que se faz do meio rural. Elementos relacionados à linguagem, à mensagem jornalística e seu processo de produção que compõem a produção de notícias.

A informação é a matéria-prima dos *media noticiosos*, termo empregado por Traquina (2003) para delimitar os meios de comunicação de massa como jornais, revistas, rádio e televisão em sua função de informar. Instrumento de integração social e referência para os indivíduos, a informação estabelece diretrizes porque é resultado de um processo da representação simbólica e de associações de significados. Neste processo de mediação, em que há o fornecimento de dados em forma de textos, imagens e sons, os *media noticiosos*, segundo Erbolato (1982) e Wolf (2002), funcionam como os olhos e a linguagem do corpo social.

A informação é também um bem simbólico, como diria Pierre Bourdieu, idéia relacionada a seu conceito de poder simbólico: “esse poder invisível o qual, só pode ser exercido com a cumplicidade daqueles que não querem saber que lhe estão sujeitos ou mesmo que o exercem”. (BOURDIEU, 1989: 08).

A interpretação que Bourdieu faz de poder simbólico explicita como as relações de interação na vida social estão sublinhadas pela questão de exercício e disputa de poder. Partem daí, suas reflexões sobre o “direito à palavra”, as posições ocupadas pelos indivíduos no espaço social, a idéia de campo social, a legitimação dos discursos e outros conceitos desenvolvidos por este autor para compreensão da vida social. Nesse contexto conceitual, a comunicação não é o

simples processo de identificação e interpretação de signos. Bourdieu, em sua posição crítica frente a lingüística saussuriana diz que:

“As práticas mais estritamente voltadas, na aparência, para as funções de comunicação pela comunicação (função fática) ou de comunicação para o conhecimento, como as festas, as cerimônias, as trocas rituais ou, num outro campo, a circulação de informação científica, estão sempre orientadas também para as funções políticas e econômicas” (BOURDIEU, 1983:52).

Nesta permanente relação de poder, o poder simbólico é exercido sob formas simbólicas que agem como instrumentos de conhecimento, reconhecimento e construção do mundo, como o faz, o mito, a arte, a ciência e a língua. Bourdieu explica que o poder destas formas de comunicação e interação com o mundo está em funcionarem como modos de construção da realidade, estabelecendo uma ordem (classificação e hierarquização) no conhecimento que se faz do mundo, “uma concepção homogênea do tempo, do espaço, do número, da causa, que torna possível a concordância entre as inteligências” (BOURDIEU 1989: 09). Assim:

“O poder simbólico como poder de construir o dado pela enunciação, de fazer ver e fazer crer, de confirmar ou de transformar a visão de mundo e, deste modo, a acção sobre o mundo, portanto o mundo... só se exerce se for *reconhecido*, quer dizer, ignorado como arbitrário” (1989: 14).

O desconhecimento do arbitrário presente nas enunciações é o elemento que sustenta o poder simbólico. Encoberto por alguns componentes do espaço social, como a produção legitimada por especialistas, administrada por instituições, dentro de um campo onde há inevitável disputa de forças no espaço social, o poder simbólico delimita um campo no qual ele se faz presente. A noção de campo é uma lente importante para o autor, pois expressa o espaço social no qual o homem disputa o *modus operandi* da vida social e conseqüentemente as interações simbólicas. O campo estrutura-se “a partir da distribuição desigual de *quantum* social que determina a posição que um agente específico ocupa em seu seio” e de onde se depreende a posição de dominantes ou de dominados (BOURDIEU 1983:21). O campo, portanto, é essencial para compreender o espaço no qual se dão as relações de força entre os agentes em constante busca de posição, dominação e legitimação de poder.

Outro conceito fundamental para Bourdieu, que contribui para o melhor entendimento do papel e das interações midiáticas, é o de capital. Por meio de uma analogia com a idéia marxista de luta de classes e acumulação de riquezas, Bourdieu destaca que as trocas que se fazem nos diversos campos circulam bens, valores, normas e verdades que caracterizam os diversos campos sociais. Esse capital varia em tipo e pode ser de natureza não só econômica, mas social, cultural, acadêmica, política etc. Em cada campo, circulam capitais distintos, valores mais próprios ou mais próximos às práticas sociais. Na interação de campos, capitais podem ser trocados, validados ou invalidados.

Também relevante para completar a referência interpretativa é o conceito de *habitus*, pois nos espaços de disputas e trocas de valores, os agentes incorporam disposições que os habilitam não só a reprodução do existente mas também à construção do novo. A essas disposições incorporadas que são ao mesmo tempo o instituído e o instituinte, ele dá o nome de *habitus*, uma “disposição geral, geradora de esquemas particulares suscetíveis de serem aplicados em domínios diferentes do pensamento e da ação” (BOURDIEU, 1992: 349).

No meio jornalístico, a informação é o resultado final de um complexo processo de produção das notícias, envolvendo diversas disposições, desde a cultura profissional composta por símbolos, representações de papéis e convenções até restrições ligadas à organização do trabalho, como a utilização das fontes e a seleção dos fatos. Esse conjunto de capitais estabelece os critérios de relevância e definem a *noticiabilidade* de cada acontecimento. Neste processo de relações de poderes subjetivos, há um componente, dotado de poder simbólico, ao qual Bourdieu dedicou grande parte de sua construção teórica e sem o qual nem mesmo a imprensa existiria: a linguagem.

Para Bourdieu, no uso da linguagem, tanto a maneira quanto a matéria do discurso sofrem interferências de vários fatores, como a posição social de quem o profere, a instituição que o legitima, a autorização daqueles aos quais se destina. As reflexões do autor apontam para questões que estão além da mensagem, ponto importante para a compreensão não só do que pode revelar o conteúdo das informações jornalísticas, mas a própria sociedade que as consome.

“A prática lingüística comunica inevitavelmente além da informação declarada, uma informação sobre a maneira de



comunicar, isto é, sobre o estilo expressivo (percebido e apreciado) a que se concede um valor e uma eficácia simbólica”. (BOURDIEU, 1996: 54)

Em sua reflexão sobre a linguagem, Bourdieu substitui a noção de língua pela noção de língua legítima, as relações de comunicação ou interação simbólica pelas relações de força simbólica e a questão do sentido do discurso pela questão do valor do discurso (BOURDIEU, 1983). Assim, os discursos não são compostos apenas por signos destinados a serem compreendidos, mas são também *signos de riqueza* a serem avaliados, apreciados, e *signos de autoridade* a serem acreditados e obedecidos. Ele lembra que a aceitabilidade social do discurso não se reduz apenas à correção gramatical, aqui um dos pontos de sua crítica à linguística de Saussure, mas sobretudo às competências legítimas ou institucionalmente legitimadas dos emissores ou locutores, como ele prefere caracterizar. A eficácia do discurso é maior quando, e se, pronunciado por um locutor legítimo, isto é, pela pessoa que convém; enunciado numa situação legítima, isto é, no mercado que convém; dirigido a destinatários legítimos e formulado em bases sintáticas legítimas.

O discurso deve sempre suas características mais importantes às relações de produção lingüísticas nas quais ele é efetuado. É no meio dessas relações que, no campo lingüístico, se exercem relações de força entre os grupos legitimados ou dignos de competência. Por exemplo, os valores atribuídos à “língua polida e à língua vulgar” configuram um tipo de capital e regras de trocas lingüísticas. O efeito dessa autoridade pode ser claramente percebido em situações extremas como os discursos políticos, militares, os sermões religiosos, a linguagem litúrgica e acadêmica:

“A língua não é somente um instrumento de comunicação ou mesmo de conhecimento, mas um instrumento de poder. Não procuramos somente ser compreendidos mas também obedecidos, acreditados, respeitados, reconhecidos. Daí a definição completa da competência como direito à palavra, isto é, à linguagem legítima como linguagem autorizada, como linguagem de autoridade. A competência implica o poder de impor a recepção” (BOURDIEU, 1983:161).

O importante na comunicação lingüística é a compreensão das condições de instauração, isto é, do contexto social no qual se instaura, e a estrutura do

grupo no qual se realiza (BOURDIEU, 1983). Nessa teia de relações formam-se posições a serem ocupadas por locutores ou receptores e define-se aquilo que pode ou não ser dito num grupo.

A competência para proferir um discurso, que só é legítima a partir da autorização concedida pelos receptores, desencadeia, então, a busca pela validação, numa concorrência que forma, para Bourdieu, o chamado capital lingüístico, no qual o preço é representado pelo valor do discurso, ou seja, seu reconhecimento. Nesse mercado estabelecido por relações de força entre os grupos operantes da língua, pode ocorrer a imposição de legitimidade do discurso não só pela capacidade técnica do locutor, mas também pela formalidade e oficialidade da situação ou o reconhecido status de quem o profere. Daí o valor atribuído aos atos de fala de representantes políticos, religiosos, acadêmicos, detentores, inclusive, de propriedades não lingüísticas como a posse de títulos e atributos institucionais tão decisivos na avaliação do discurso.

Os locutores investidos de poder, ou seja, autorizados a discursar, podem sancionar ou santificar diferenças, fazendo conhecer e reconhecer, ou mesmo fazendo existir enquanto diferenças sociais. Essa investidura de que fala Bourdieu é capaz de transformar a “representação que a pessoa investida faz de si mesma, bem como os comportamentos que ela acredita estar obrigada a adotar para se ajustar a tal representação” (BOURDIEU, 1996: 99). Ou seja, esse ato discursivo que é também institucionalmente autorizado, intimida as pessoas a agirem de acordo com a titulação ou a partir da nomeação que recebem, promovendo e sancionando diferenças.

A eficácia simbólica das palavras se exerce apenas na medida em que a pessoa-alvo reconhece quem a exerce como podendo exercê-la de direito, ou então, o que dá no mesmo, quando se esquece de si mesma ou se ignora, sujeitando-se a tal eficácia, como se estivesse contribuindo para fundá-la por conta do reconhecimento que lhe concede (BOURDIEU, 1996: 95).

Os atos de instituição ocorrem, então, porque os locutores agem como se tivessem um mandato para agir através das palavras em relação a outros agentes e sobre as próprias coisas. Esse mandato funciona como atos de autoridade, ou atos autorizados, subordinados a um conjunto de condições, como as relações

que conseguem estabelecer com a matéria do discurso, daquele que o pronuncia e da instituição que o autoriza.

Para explicar a eficácia simbólica da linguagem, Bourdieu mostra que ela pode ser aplicada para entender que, na percepção que os agentes sociais fazem do mundo, a nomeação contribui para constituir a própria estrutura desse mundo, a realidade. Ou seja, aquilo que é nomeado, autorizado, deve ser reconhecido como digno de existir. Só assim, algo dito é considerado legítimo nas interações sociais mediadas pela linguagem e passa a representar a totalidade das coisas e do mundo.

“Instituir, atribuir uma essência, uma competência, é o mesmo que impor um direito de ser que é também um dever ser (ou um dever de ser). É fazer ver a alguém o que ele é e, ao mesmo tempo, lhe fazer ver que tem de se comportar em função de tal identidade” (BOURDIEU 1996: 100)

O resultado deste jogo de dominação, legitimação e instituição, informa Bourdieu, cria uma “disposição permanente em relação à linguagem e às situações de interação, objetivamente ajustada a um dado nível de aceitabilidade”. Há um *habitus lingüístico*, como mostra o autor, a partir do qual sanções são atribuídas às próprias experiências, ao constituir uma dimensão do mundo e possuir uma “posição ocupada sincrônica e diacronicamente na estrutura social” (Bourdieu, 1996:170)

Admitindo a imprensa como instituição autorizada, reconhecida e legitimadora de discursos, que tem a informação como matéria prima, pode-se incluí-la nessa teia dos usos da linguagem como poder simbólico de que fala Bourdieu. Os jornalistas são locutores autorizados pelas instituições jornalísticas e pelos receptores para agirem como porta-vozes dos acontecimentos, da realidade mediada, são locutores envolvidos pelo prestígio depositado ao cargo e à instituição imprensa.

### **3. A COMUNICAÇÃO DE MASSA E SEUS EFEITOS**

Numa pesquisa sobre os meios de comunicação de massa, a primeira tarefa é identificar o significado do termo. Para fugir do senso comum, é preciso, então, interrogar-se sobre o que representa e quais as características dos aclamados meios de comunicação de massa. São delimitações que fundamentam todo o trabalho, pois determinam a escolha do objeto, permite inferir sobre os receptores e sobre o processo produtivo da mensagem e seus agentes.

Relacionar os meios de comunicação de massa à quantidade de indivíduos que recebem as mensagens, como normalmente se faz, é uma redução enganosa, afirma Thompson (2005). Segundo o autor, o importante na comunicação de massa é menos a quantidade, do que o fato de os produtos da mídia estarem disponíveis para uma grande pluralidade de destinatários. Outra controvérsia é gerada quando se questiona, que neste processo comunicativo, não há intercâmbio recíproco de conteúdos e de formas simbólicas, uma vez que a comunicação de massa não é dialógica. Embora existam espaços para a manifestação do público, como as seções de Carta na imprensa escrita, sua representação diante do todo é pequena.

Cinco características permitem delimitar o termo comunicação de massa, entendido como “produção institucionalizada e difusão generalizada de bens simbólicos através da fixação e transmissão de informação e conteúdo simbólico” (THOMPSON, 2005: 32). A primeira das características apresentadas por Thompson (2005), diz respeito ao envolvimento de meios técnicos e institucionais de produção e difusão, ou seja, o desenvolvimento das indústrias de mídia. Em seguida, está o fato de esta comunicação implicar a exploração comercial das inovações técnicas, resultado da mercantilização das formas simbólicas e fazendo com que os produtos de mídia passem por uma valorização econômica.

A terceira particularidade dos meios de comunicação de massa é a promoção da dissociação estrutural entre as formas simbólicas e sua recepção, uma referência à restrita intervenção do receptor no fluxo de mensagens. Outro atributo, um dos de maior evidência, é a ampliação da disponibilidade das formas simbólicas no espaço e no tempo, colocando a informação à disposição de um número incalculável de indivíduos, em espaços cada vez mais amplos e em velocidade sempre maior. Atrelado a esta característica está o quinto elemento distintivo, que evidencia a disponibilização do conteúdo midiático a uma pluralidade de receptores, o que, em princípio, indica o caráter público dos meios de comunicação de massa, abertos e disponíveis para todo o público, desde que disponham dos meios técnicos, das habilidades e dos recursos para adquiri-los.

Entender a relação entre os meios de comunicação de massa e a sociedade e, principalmente, sua influência sobre organismos sociais, são questões pesquisadas desde o florescimento da comunicação massiva. Para Wolf (2002), estudar os efeitos dos meios de comunicação de massa e o processo de construção da imagem da realidade social são os temas mais complexos e significativos das pesquisas em comunicação. Estes temas geraram diversas teorias e hipóteses, a fim de explicar e entender o poder dos meios de comunicação e do próprio jornalismo sobre os indivíduos e a sociedade.

A retomada de algumas destas teorias que buscam compreender a ação dos meios de comunicação, condensadas em Traquina (2003) e Wolf (2002), revela uma característica comum da comunicação e do jornalismo se entendidos como campos científicos: o sucessivo rompimento de paradigmas pelo confronto com a linha de estudos vigentes. “Na realidade é uma história cheia de tentativas de repudiar velhas abordagens, iniciar novas e dirigir a atenção para aspectos deixados por explorar” (Elliott apud WOLF, 2002).

A heterogeneidade das linhas e abordagens de pesquisa é, em parte, acentuada por dois pólos tradicionais. A oposição entre a pesquisa ‘administrativa’ americana, acentuadamente empírica, caracterizada por objetivos cognoscitivos inerentes ao sistema dos meios de comunicação, e a pesquisa crítica europeia, teoricamente orientada e atenta às relações existentes entre o sistema social e as comunicações de massa (WOLF, 2002). Este autor também explica que a evolução atual das pesquisas em comunicação apontam para a convergência entre estas duas tradições: a que estuda a influência dos meios de comunicação

sobre o público, herdeira do empirismo das escolas americanas, atrelada à corrente europeia que orienta para as determinantes estruturais do pensamento. Outra característica que marca o desenvolvimento das teorias mais recentes é o interesse em torno da informação, diferentemente dos períodos iniciais, em que os objetos de estudo eram a publicidade e a propaganda.

Para Mauro Wolf, as diversas formas de estudar o objeto *mass media*, como ele prefere nomear, ao longo do tempo resultaram em “um conjunto de conhecimentos, métodos e pontos de vista tão *heterogêneos* e discordantes que tornam não só difícil mas porventura também insensata qualquer tentativa para se conseguir uma síntese satisfatória e exaustiva” (WOLF, 2002: 13). As tendências mais difundidas e consolidadas permitem situar a evolução das linhas de pensamento que guiaram as pesquisas sobre os meios de comunicação de massa até chegar à abordagem do agendamento, umas das linhas condutoras do trabalho.

A difusão de mensagens em larga escala através dos meios de comunicação de massa no período das duas grandes guerras provocou a primeira reação dos estudiosos à ação dos meios. A posição defendida era a de que cada elemento do público é pessoal e diretamente atingido pela mensagem, abordagem que resulta na chamada ‘teoria hipodérmica’. Concentrada sobre a propaganda e as experiências totalitárias daquele período, postula uma comunicação assimétrica, em que há um sujeito que emite um estímulo e outro sujeito passivo que o recebe e reage; o impacto seria direto, produzindo comportamentos previsíveis em todos os indivíduos de forma semelhante. A ‘teoria hipodérmica’ está atrelada à visão de sociedade de massa predominante no período, que, embora tenha variadas interpretações, é constituída por um conjunto homogêneo de indivíduos que, enquanto seus membros, são essencialmente iguais, indiferenciáveis, mesmo que provenham de ambientes diferentes, heterogêneos, e de todos os grupos sociais. Neste momento, a visão dos pesquisadores sobre os meios de comunicação era a de que eles eram dotados de extremo poder, pois se a propaganda consegue alcançar os indivíduos que constituem a massa, a persuasão é facilmente inoculada (WOLF, 2002).

A partir dos anos 40, novos métodos de análise produzem conclusões contraditórias e provocam o abandono dessa teoria. Caracterizam-se pelo início

da pesquisa sociológica empírica sobre as comunicações de massa. A relação estímulo-resposta permanece, mas é inserida em novos quadros de análise que irão compor a abordagem 'empírico-experimental' ou da 'persuasão'. Esta linha de estudos mostra que o consumo das mensagens é seletivo e seu efeito é afetado por fatores relativos à audiência - interesse em obter informação, exposição, seleção e memorização seletiva - e também ligados à mensagem - à credibilidade do comunicador, à ordem da argumentação, à integralidade das argumentações e à explicitação das argumentações. As pesquisas, influenciadas por estudos psicológicos, consideram variáveis psicológicas individuais na recepção das mensagens.

Paralelamente a esta linha, surge a abordagem 'empírica de campo' ou 'dos efeitos limitados' também confrontada à teoria hipodérmica. O rótulo 'efeitos limitados' indica uma postura diferente sobre a avaliação da quantidade de efeitos sobre o público e também uma configuração qualitativamente diferente. A base desta teoria sobre os meios de comunicação liga-se à pesquisa sociológica de campo e consiste em associar os processos de comunicação de massa às características do contexto social no qual se realizam. Entre os fatores que limitam os efeitos dos *mass media* estão a questão dos líderes de opinião e a tendência de rejeição às mensagens quando em conflito com as normas do grupo. Essa constatação impulsionou Everett Rogers e outros a condicionar a eficácia de uma comunicação à compreensão dos sistemas sociais locais. Enfim, estas duas abordagens dos anos 40 concluem que os efeitos dos meios de comunicação de massa não são automáticos, nem mecânicos, mas permanecem significativos. Esta constatação retirava, aos olhos dos pesquisadores, parte do poder dos *mass media* (WOLF, 2002)

O percurso das pesquisas sobre os *mass media*, já atento a questões como manipulação, persuasão e influência, chega à problemática das funções, dando origem à 'teoria 'funcionalista', atrelada às relações de funcionalidade que regulamentam os fenômenos sociais. Ela representa a crescente e progressiva orientação sociológica que acompanhará as pesquisas em comunicação, acrescentando o elemento do equilíbrio e dos conflitos sociais. A mudança conceitual aqui consiste no abandono da idéia do efeito intencional para a atenção às "conseqüências objetivamente averiguáveis da ação dos *mass media* sobre a sociedade no seu conjunto ou sobre os seus subsistemas". Esta

perspectiva incorpora os meios de comunicação de massa como subsistemas do sistema social e, como tal, contribuinte para o seu funcionamento. Está presente, por exemplo, o enfoque sobre o valor socialmente difundido e prestígio atribuído a indivíduos bem informados, além daqueles que são objetos de atenção da mídia; o reforço às normas sociais através meios de comunicação de massa.

Os estudos sobre os meios de comunicação de massa e sua reflexão integrada com outras áreas, nas quais o conhecimento se organiza, são apresentadas e sistematizadas em várias outras abordagens, por WOLF(2002) Entre elas, a teoria crítica, identificada com os investigadores da Escola de Frankfurt, que aloja os meios de comunicação de massa no fenômeno da indústria cultural denunciando, por meio de uma visão acrítica, a perda de autonomia dos indivíduos imposta pelo desejo consumidor dos produtos da comunicação de massa. Da corrente européia também resulta a teoria culturalológica que não se refere diretamente aos *mass media*, mas, por meio de sua fundamentação antropológica, admite e estuda a cultura de massa como mais uma entre os sistemas culturais.

Esses e diversos outros conjuntos de reflexões, como aponta WOLF (2002), dizem respeito aos meios de comunicação como difusores de estruturas dominantes de poder e sua capacidade de gerarem um efeito sobre a audiência. Este também é o principal argumento da hipótese do agendamento.

### **3.1 O agendamento**

Os anos 70 marcam o retorno às pesquisas sobre os efeitos dos meios de comunicação. Em geral, devido à insatisfação dos investigadores com o paradigma dos efeitos limitados e por causa da expansão das pesquisas no meio científico (TRAQUINA, 2003). Mas, os estudos sobre os efeitos emergem sob uma nova perspectiva: “as comunicações não intervêm diretamente no comportamento explícito, tendem, isso sim, a influenciar o modo como o destinatário organiza a sua imagem do ambiente” (Roberts apud WOLF, 2002).

A mudança de enfoque deve-se às pesquisas que deixam de estudar as mudanças de opinião e buscam entender o processo pelo qual o indivíduo modifica a sua própria representação da realidade. Muda-se a perspectiva sobre o efeito dos meios de comunicação de massa, que já não diz respeito às atitudes,



aos valores ou comportamentos dos receptores, mas a um efeito cognitivo sobre os sistemas de conhecimento do indivíduo, acumulado e sedimentado no tempo a partir do consumo das comunicações de massa (WOLF 2002).

Ao longo dos estudos sobre os efeitos dos meios de comunicação, desde a teoria hipodérmica, as pesquisas permaneceram associadas às premissas de que os processos comunicativos seriam assimétricos, ou seja, um sujeito emite um estímulo e outro reage; a comunicação seria individual, num processo que diz respeito ao indivíduo; a comunicação seria intencional, como se o comunicador visasse e atingisse um determinado efeito; e a premissa de que o processo comunicativo é limitado no tempo. A mudança, na perspectiva dos estudos, informa WOLF (2002), deve-se ao abandono, por parte dos pesquisadores, da influência da teoria da informação – que admite como efeitos significativos aqueles que podem ser medidos, observados e que se manifestam enquanto reação a um estímulo. Além disso, esse behaviorismo é superado quando há maior interação com a sociologia do conhecimento e maior consideração sobre a importância dos processos simbólicos e comunicativos como pressupostos de sociabilidade. Assim, o papel da mídia na construção da realidade passou a ser entendido sob o ponto de vista da significação.

“A influência dos *mass media* é admitida sem discussão, na medida em que ajudam a estruturar a imagem da realidade social, a longo prazo, a organizar novos elementos dessa mesma imagem, a formar opiniões e crenças novas” (WOLF, 2002:143)

A partir desta nova problemática, ganha destaque, nos anos 70, do século XX, a hipótese que irá contrapor-se aos estudos dos efeitos limitados, o *agenda setting*, outro fio condutor deste trabalho. Aplicada aos meios de comunicação de massa dedicados a noticiar os acontecimentos, esta linha de estudos marca, segundo Traquina (2000, 2003), a redescoberta do poder do jornalismo. Mais do que um poder manipulador, intencionalmente persuasivo, a força argumentativa do agendamento é a idéia de que a imprensa impõe sobre o que pensar. Em síntese, “é a hipótese segundo a qual a mídia, pela seleção, disposição e incidência da notícia, vem determinar os temas sobre os quais o público falará ou discutirá” (BARROS FILHO, 2003:169).

Maxwell McCombs e Donald Shaw são considerados os pais da hipótese do *agenda setting*, pois foram os primeiros a sistematizá-la no início dos anos 70, como dizem Traquina (2000, 2003); Barros Filho (2003); Wolf (2002), Hohlfeldt (1997) e Colling (2001). A idéia central da teoria já constava nas considerações feitas por Walter Lippmann, em *Public Opinion*, publicadas em 1922. No capítulo *The world outside and the pictures in our heads*, o autor analisava como as pessoas chegavam a conhecer o mundo exterior à sua própria existência e como formam as ‘imagens deste mundo em suas mentes’. Ele considerou que os meios de difusão modelam essas imagens ao selecionar e organizar símbolos de um mundo real que é por demais amplo e complexo para um conhecimento direto.

Quarenta anos depois, outra importante contribuição foi dada por B. Cohen, que elaborou o núcleo do agendamento ao descrever:

“A imprensa pode, na maior parte das vezes, não conseguir dizer às pessoas como pensar, tem, no entanto, uma capacidade espantosa para dizer aos seus próprios leitores sobre que temas devem pensar qualquer coisa” (Cohen apud WOLF, 2002: 145)

Na década de 70, McCombs e Shaw forneceram dados empíricos e sistematizaram o que Cohen e Lippmann já haviam descrito, mostrando, a partir do conceito de agendamento, a influência da imprensa sobre a formação da opinião pública do eleitorado americano nas eleições presidenciais de 1968 e 1972. O resultado destas pesquisas concluiu que os temas apontados pelos eleitores entrevistados como importantes eram muito semelhantes àqueles expostos pela mídia. Outros incluíram em sua agenda temas que não constavam inicialmente em suas preocupações, revelando que a agenda pública sobre o que é relevante formar opinião, é estabelecida a partir daquilo que é noticiado.

“Em consequência da ação dos jornais, da televisão e dos outros meios de informação, o público sabe ou ignora, presta atenção ou descarta, realça ou negligencia elementos específicos dos cenários públicos. As pessoas têm tendência para incluir ou excluir dos seus próprios conhecimentos aquilo que os ‘mass media’ incluem ou excluem do seu próprio conteúdo” (Shaw, apud Wolf 2002: 144).

O agendamento é um elemento situado em duas esferas: a seleção do fato noticiável e a interpretação da mensagem pelo leitor/espectador. No primeiro pólo,

reside a *noticiabilidade* do acontecimento, que inclui os critérios de relevância regidos pelas normas institucionais e profissionais na seleção, as chamadas ‘rotinas produtivas’ e os ‘valores-notícias’. Tais normas são necessárias devido a formas paralelas de produção de informações. De um lado, a cultura profissional composta por símbolos, representações de papéis, convenções, ou seja, uma série de padrões e práticas profissionais adotadas como naturais. Por outro, restrições ligadas à organização do trabalho, como a seleção dos fatos e a utilização das fontes. Portanto, a *noticiabilidade*<sup>4</sup> “corresponde ao conjunto de critérios, operações e instrumentos com os quais os órgãos de informação enfrentam a tarefa de escolher, cotidianamente, dentre um número imprevisível e indefinido de fatos, uma quantidade finita e tendencialmente estável de notícias” (WOLF, 2002: 190).

A *noticiabilidade* no campo jornalístico é resultado do desequilíbrio constante entre a notícia disponível e a notícia utilizável. O *agenda setting* também realça a existência da diversidade de informações, conhecimentos e interpretações da realidade social apreendidos pelos meios de comunicação. Incorpora como argumento que a capacidade de a mídia agendar sobre que temas é importante ter opinião só faz sentido após as transformações geradoras da sociedade industrial capitalista, da complexidade social e do papel dos meios de comunicação de massa na dinâmica social. Por isso, explica Wolf (2002)

*“...foi aumentando a existência de fatias e pacotes de realidade que os indivíduos não vivem diretamente nem definem interativamente ao nível da vida cotidiana, mas que vivem exclusivamente em função de ou através da mediação simbólica dos meios de comunicação de massa”.*

Em artigo no qual analisam algumas das pesquisas que se seguiram desde a década de 70, os pioneiros na sistematização da hipótese, MacCombs e Shaw (1993), propuseram um novo e importante enfoque considerado como a segunda geração do *agenda setting*: a mídia também atua na imposição de um enfoque temático, questão que foi reafirmada por Traquina e Barros Filho. Os novos percursos de investigação do agendamento devem atentar para o fato de que as notícias, mais do que dizer sobre o que se deve pensar, também dizem como devemos pensar sobre o que pensamos. “Tanto a seleção de objetos para atrair a

---

<sup>4</sup> Neste processo encontram-se o gatekeepers, termo que designa, no campo jornalístico o indivíduo ou um grupo que tem o poder de decidir se deixa passar a informação ou a bloqueia. (Wolf, 2002)

atenção como a seleção dos enquadramentos para pensar sobre esses objetos são tarefas poderosas do agendamento” (McCombs e Shaw, 1993: 131). As perspectivas de cobertura dos eventos, fruto do processo de produção de notícias e da própria ação profissional dos jornalistas, dirigem a atenção para determinados atributos, desviando-a de outros.

Para delimitar e apresentar nosso campo de estudo, é interessante seguir a distinção que Traquina (2003) faz entre os *mídia* e os *mídia noticiosos*. Segundo este autor, como a maior parte dos estudos sobre o *agenda setting* é baseada em análises de conteúdo do campo jornalístico (notícias e reportagens de jornais e TV), isso implica que o termo agendamento é melhor empregado referindo-se exclusivamente aos meios de comunicação noticiosos, informativos, o que denomina *agenda jornalística*, e não a mídia em geral, onde poderiam estar incluídos programas de entretenimento, educativos etc.

Como conjunto de observações e conhecimentos a hipótese<sup>5</sup> do *agenda setting* oferece possibilidades interpretativas relacionadas a dois elementos: a mensagem e a recepção. O desmembramento das características desses elementos mostra que o *agenda setting* oferece suporte conceitual e metodológico no direcionamento da análise de conteúdo. Os fatores relacionados às duas esferas (mensagem – recepção) que explicam o agendamento, reunidos na literatura consultada são:

#### ***A origem da mensagem – tema e conteúdo***

Apesar de não haver uma classificação uniforme das características presentes no agendamento, vários autores tecem observações quanto ao tema da mensagem. Com o avanço das pesquisas notou-se que a influência da mídia sobre o conhecimento daquilo que é importante e relevante dedicar atenção varia segundo o tema. Avaliando parte das pesquisas já realizadas, Barros Filho (2003) diz que a heterogeneidade de resultados obtidos nos estudos baseados no agendamento deve-se ao tratamento indiscriminado a temas de distinta natureza. Por isso, acrescenta que o agendamento depende antes de tudo do conteúdo da mensagem.

---

<sup>5</sup> A hipótese do *agenda setting*, segundo Wolf (2002), não é um modelo de pesquisa definido e estável, mas um núcleo de temas e conhecimentos parciais, suscetível de ser organizado e integrado numa teoria geral sobre a mediação simbólica e os sobre efeitos da realidade exercido pelos meios de comunicação.

Uma das considerações feitas nesta linha é extremamente relevante para a pesquisa que aqui se desenvolve, cujo tema é o agendamento do rural pela imprensa. A idéia central apresenta que quanto menos um tema estiver presente na vida diária das pessoas, mais dependência elas terão dos meios de comunicação para se informar. “Quanto menor é a experiência *directa* que as pessoas têm de uma determinada área temática, mais essa experiência dependerá dos *mass media* para se possuir as informações e os quadros interpretativos referentes a essa área” (WOLF, 2002: 155). Barros Filho (2003) citando Zucker, mostra que alguns temas são comuns à experiência direta das pessoas, chamando-os de *obstrusive*, como, por exemplo, aqueles de natureza econômica. “As pessoas percebem o aumento do custo de vida sem ajuda da mídia” (196). As questões sobre as quais a mídia teria maior influência, os chamados *unobstrusive*, referem-se a assuntos com menor experiência direta, como, por exemplo, política externa. No caso deste trabalho, pressupõem-se a menor experiência direta também de assuntos relacionados ao meio rural, se observado o perfil de leitores e o próprio meio analisado. Sobre esta característica, para que não se caia num determinismo precipitado, Barros Filho (2003) ressalta a necessidade de situar o tema em função do universo social considerado e do momento histórico.

### **O veículo**

Algumas pesquisas baseadas no agendamento, e que portanto contribuem para a solidificação conceitual da hipótese, constataam diferenças quanto ao efeito do veículo utilizado na transmissão da mensagem. Concluem que os efeitos do consumo da informação televisiva são menores que da informação impressa. A influência difere devido às características de cada meio. As notícias televisivas são breves, heterogêneas e acumuladas numa dimensão temporal limitada, causando fragmentação. Já a informação impressa fornece aos leitores uma indicação de importância sólida, constante e visível. (WOLF, 2002). Barros Filho (2003) ressalta que o maior ou menor efeito de determinado veículo é condicionado também pelo tema tratado e tipo de abordagem, se mais geral ou específica. Mas concorda que, apesar do impacto inicial da notícia televisiva ser mais rápido, os temas permanecem mais tempo agendados quando provenientes de mídia impressa. Uma característica do *agenda setting* que pode ocorrer independentemente do veículo é o agendamento por omissão, a não cobertura de

certos temas, a cobertura intencionalmente modesta ou marginalizada de alguns assuntos.(WOLF, 2002)

### **Comunicações interpessoais**

Os autores que tratam do *agenda setting* ressaltam que o agendamento tem maior efeito sobre indivíduos que participam de conversas interpessoais sobre as questões levantadas pelos meios de comunicação social. Nesse intercâmbio de significações, Wolf (2002) reflete sobre a dificuldade de construção de uma teoria de efeitos puramente cognitivos que explique a eficácia dos meios de comunicação na construção da imagem da realidade que o sujeito estrutura.

“Essa imagem – que é simplesmente uma metáfora que representa a totalidade da informação sobre o mundo que cada indivíduo tratou, organizou e acumulou – pode ser pensada como um *standard* em relação ao qual a nova informação é confrontada para lhe conferir o seu significado. Esse *standard* inclui o quadro de referência e as necessidades, crenças e expectativas que influenciam aquilo que o destinatário retira de uma situação comunicativa” (WOLF, 2002: 153)

### **Necessidade de orientação do receptor**

A necessidade de orientação do sujeito é outro fator relevante no processo de agendamento. Indica que a relação leitor/espectador é determinada segundo duas variáveis: o interesse do consumidor na mensagem midiática e o grau de incerteza quanto ao assunto, que ele espera diminuir pela recepção da informação. Nestes casos, a incidência do agendamento seria maior (Traquina, 2003). O interesse pelo tema e a necessidade de orientação são aspectos cognitivos do indivíduo na dinâmica social. São referendados pelo universo social em que atua, o papel que desempenha, seu *habitus*, as relações afetivas, através dos quais está em constante interação com universos simbólicos e do corpo de conhecimento disponíveis.

Outro caminho que também permite entender o poder do jornalismo situado pelo *agenda setting*, o de dizer como pensar, é o conceito de enquadramento, acepção para *framing*, que normalmente acompanha as pesquisas sobre o agendamento. O conceito de *framing* foi formulado por Gregory Bateson em 1954 e incorporado à teoria sociológica por Erving Goffman em 1972. O enquadramento é definido como esquema de interpretação por meio do qual os indivíduos organizam uma informação ou ocorrência e fazem com que ela tenha sentido. A metáfora é de uma janela, onde quem enquadra a mensagem tem a chance de escolher o que nela deve ser enfatizado. Colling (2001) aponta o

*framing* como importante conceito capaz de oferecer o modo de descobrir o poder do texto comunicativo. “Produzir um enquadramento é selecionar alguns aspectos da realidade percebida e dar a eles um destaque maior no texto comunicativo, gerando interpretação, avaliação moral e/ou tratamento recomendado para o item descrito” (COLLING, 2001: 95)

Pesquisas realizadas por Robert Entman (Colling, 2001), um dos estudiosos que mais aplica a noção de framing na análise do jornalismo, mostram que os enquadramentos são construídos e personificados nas palavras-chave, metáforas, conceitos, símbolos, exemplos históricos, citações e imagens enfatizadas na notícia narrada. No estudo do *framing*, é possível analisar o enquadramento sob duas perspectivas: o construído pelos meios de comunicação, linha adota por Entman, ou, o realizado pela audiência, a qual se dedicou Goffman, entre outros. Neste caso, para entender o processo, “é preciso invocar o esquema de interpretação que permite os indivíduos, localizar, perceber, identificar e etiquetar as informações ao seu redor” (COLLING, 2001: 97).

Alinhado à perspectiva dos enquadramentos construídos pelos meios de comunicação de massa noticiosos este estudo escolheu as “citações” como elemento capaz de revelar enquadramentos no veículo analisado. Por isso, é necessário e importante apresentar algumas características do principal componente das citações e, que permitiu interpretar esses enquadramentos: as fontes.

### **Os interlocutores**

O termo fonte é normalmente empregado para designar qualquer pessoa que preste informação ao jornalista (ERBOLATO, 2004; MARQUES DE MELO, 1985). Mas, Bahia (1990) tem uma visão mais completa e abrangente para o termo, pois, caracteriza como fonte não só os informantes de um acontecimento – atores, vítimas, testemunhas, comunicados oficiais, envolvidos circunstancialmente – como também, documentos de consulta, livros, pesquisas ou qualquer informação que ajude a esclarecer a história narrada, conjunto, identificado por ele, como fontes complementares. Em sintonia com esta definição mais abrangente, adotou-se, neste estudo, o termo “interlocutor” para designar todas as fontes observadas nas mensagens por permitir dar conta dessa ampliação e também porque durante



a codificação das mensagens no veículo analisado foram considerados não só informantes personificados, mas atribuições a instituições e bancos de dados.

Para transmitir e dar corpo à notícia, o jornalista segue regras de apuração que determinam sua presença onde ocorre o acontecimento a ser anunciado, o levantamento e coleta de dados, a entrevista dos atores da notícia. Transportadas para o texto em forma de citações, as informações, assim colhidas, visam dar credibilidade via identificação da procedência da informação. Usar dados e estatísticas, apresentar depoimentos dos personagens da notícia e de especialistas vinculados a determinadas instituições permite ao jornalista expor objetivamente a abordagem requisitada na matéria pelo editor, adequando-se aos procedimentos produtivos. Na linguagem jornalística, os interlocutores são requisitados para fornecer ou contrapor informações e dão voz à angulação apresentada pelo locutor, isto é, pela Revista Veja, pelo jornal ou pela TV. No texto, funcionam como elementos que atestam a validade e a veracidade das informações, avalizando a mensagem.

Esses são elementos da prática jornalística e estão incluídos nas rotinas produtivas descritas por Wolf (2002). Para este autor, as fontes são um fator determinante para a qualidade da informação produzida pelos *media* noticiosos e podem sofrer diversas classificações, dependendo do parâmetro a que se faz referência: quanto à oficialidade, quanto à procedência, se espontânea ou contratada por agências de notícias, entre outros.

“Não há controvérsia, no entanto, que a rede de fontes que os órgãos de informação estabelecem como instrumento essencial para o seu funcionamento, reflete por um lado, a estrutura social e de poder existente e, por outro, organiza-se a partir das exigências dos procedimentos produtivos”. (WOLF, 2002: 223)

Na esfera das estruturas de poder, fica claro, que quem detém poder econômico, político ou prestígio social pode ter acesso mais facilmente aos jornalistas, que lhe são mais acessíveis durante a cobertura informativa. Enquanto isso, aqueles que não detém qualquer poder, só são transformados em fontes e procurados pelos jornalistas quando suas ações “produzirem efeitos enquanto moral ou socialmente negativos” (Gans apud Wolf, 2002: 224). Uma das explicações para este distanciamento de alguns setores sociais de menos prestígio, recai sobre os mecanismos organizativos dos meios de comunicação.

Em razão da dinâmica produtiva e seu ritmo, determinadas fontes correspondem melhor a requisitos como prontidão e a disponibilidade de porta-vozes capazes de fornecer informações credíveis. Interlocutores ligados a instituições, organismos oficiais e grupos de poder cumprem mais facilmente este papel.

Já no pólo dos procedimentos produtivos, regido pela eficiência e pela agilidade no processo de construção da mensagem, Wolf (2002) aponta cinco fatores determinantes para a conveniência dos jornalistas em utilizarem determinada fonte: a oportunidade antecipadamente revelada, a produtividade, a credibilidade, a garantia e a respeitabilidade.

O primeiro fator remete ao valor das exigências jornalísticas, o que faz com que se recorra a fontes já utilizadas em outras ocasiões, pois forneceram informações verídicas e proveitosas. Mantêm-se as fontes por terem boas chances de serem consultadas sempre que necessário. O mesmo ocorre com as fontes que fornecem materiais em quantidade e qualidade aos órgãos de informação devido a questões de custos e prazos, pois a rotina produtiva limita longas pesquisas e não pode recorrer normalmente a um número grande de informantes. Neste quesito, o da produtividade, prevalecem fontes institucionais por atenderem (em geral por meio das assessorias de imprensa) a estas necessidades organizativas dos meios de comunicação empresariais.

A credibilidade pública é um dos fatores mais determinantes e prestigiados pelo jornalista ao procurar uma fonte. Caso não seja possível verificar a veracidade da informação checando outras fontes, a garantia de honestidade da fonte é suficiente para fazer uso da informação. Wolf (2002) tem razão ao afirmar que podendo atribuir a informação explicitamente a uma única fonte, o problema da credibilidade passa do jornalista para a fonte citada abertamente.

A predominância de fontes institucionais ou que ocupam posições de autoridade é explicada também pelo fator de respeitabilidade. Neste caso, o pressuposto é que fontes oficiais são mais credíveis porque não podem mentir abertamente e também porque são consideradas mais persuasivas em virtude de suas ações e opiniões representarem um ponto de vista oficial.

Não há dúvidas de que o uso das fontes é condicionado por um conjunto de fatores que vão desde razões ligadas ao ritmo de trabalho a valores culturais partilhados. Wolf (2002) não descarta, porém, que indubitavelmente das

motivações, o desequilíbrio na representação de fontes oficiais e “fontes não confirmadas” provoca a distorção da informação.

“Distorção que é por conseguinte, imputável, não a determinações ideológicas simplistas ou a manipulações conscientemente desejadas, mas a um conjunto intrincado de causas cuja lógica principal é possível reconstituir, mas em que é bastante difícil individualizar numa ordem de prioridades” (Wolf, 2002: 229)

Estas são questões organizativas e estruturais presentes nas redações que orientam e delimitam racionalmente o uso dos interlocutores, como chamados neste trabalho. Mas os interlocutores legitimados são elementos objetivos que, eventualmente, podem deixar transparecer subjetivamente a opinião ou posição do veículo em relação a determinado assunto. Contudo, isto não é necessariamente declarado. Além disso, citações são também *frames* da realidade, passíveis de julgamento por seu maior destaque como aponta Colling (2001). Outra questão, é o uso das fontes como mecanismos de expressão opinativa assim como a própria linha editorial dos veículos.

“As fontes “se escudam no princípio de que a divulgação de notícias relacionadas com um personagem ou uma instituição contribuem para forjar sua imagem pública. Essa imagem se solidificará na medida em que a divulgação for contínua, as notícias se repetirem. Mais do que projetar nomes, marcas ou siglas, as fontes voluntárias pretendem direcionar a ótica das instituições jornalísticas” MARQUES DE MELLO (1985: 79)

A questão das fontes, apresentadas mais detalhadamente, assim, como os outros fatores mencionados, relacionam-se aos efeitos latentes e cumulativos do agendamento e do enquadramento porque estão estreitamente ligados a características importantes dos meios de comunicação de massa apontadas por Wolf (2002) e Hohlfeldt (1997). São características intrínsecas aos meios de comunicação, especialmente à mídia noticiosa de que fala Traquina, que revelam parte da dinâmica da informação tornada notícia e seu apelo sobre o público.

Entre estas características está a capacidade da mídia em criar e manter relevância de um tema, através de cobertura repetitiva e contínua - chamada **acumulação**. Outro fator, a **consonância**, explica que devido a semelhanças no

processo produtivo da informação, as mensagens tendem a ser muito parecidas. Há também a característica da **onipresença**, segundo a qual um acontecimento transformado em notícia ultrapassa os espaços normalmente dedicados a ele. A **saliência**, determinada pela valorização individual dada pelo receptor a um determinado assunto noticiado. Outro fator que integra o processo de agendamento é a **tematização**, termo que sugere a capacidade dos meios de comunicação em darem destaque e chamar atenção para determinado assunto desviando de tantos outros.

Frequentemente são atribuídas à imprensa, uma série de expressões como “quarto poder”, “construção da realidade”, “manipulação”. Nomeações como estas, que não englobam a complexidade do processo de produção de notícias, podem resultar em um reducionismo da análise da mídia noticiosa, como se toda ação dos jornalistas ou do veículo, fosse deliberadamente para fins persuasivos, conspiratórios etc. Este seria um possível foco de análise, mas não é o investigado nesta pesquisa que buscou, entender a mídia a partir da exposição de suas características enquanto produtora de notícias e de outros elementos que a estruturam, como a informação, a linguagem, seu papel de mediador, de agendamento e de enquadramento da realidade. Analisar como estes componentes-estruturantes formam caminhos mais sutis e menos explícitos foi a busca deste estudo com vistas a evidenciar como a mídia ordena nossa visão de mundo, especificamente, do mundo rural.

#### **4. MÍDIA E MEDIAÇÃO**

Ao debruçar sobre a mensagem jornalística presente num meio de comunicação de massa, foi importante, neste trabalho, considerar as características próprias da mídia no processo de mediação entre a realidade e sua representação, capazes de intensificar o poder simbólico durante a formação de uma imagem sobre o rural.

O poder simbólico pode ser encontrado nos mais diversos contextos institucionais, desde as instituições religiosas dedicadas à produção e à difusão de formas simbólicas associadas à salvação e a valores espirituais até às instituições educacionais, ocupadas com a transmissão de conteúdos simbólicos adquiridos com o treinamento de habilidades e competências. Esse poder simbólico presente nas atividades de produção, transmissão e recepção de formas simbólicas, desde os tempos primitivos de interação face a face, também se faz presente quando estas atividades são estabelecidas pela mídia. Neste caso, segundo Thompson (2005), a principal característica é a produção em larga escala e a difusão generalizada de formas simbólicas que ultrapassam espaço e tempo.

Para realizar esse intercâmbio de conteúdo simbólico, os indivíduos valem-se do que este autor chama de meios técnicos de interação, que vão desde as cordas vocais na interação lingüística face a face até os mais complexos meios instrumentais. No entanto, entre estes meios técnicos, existe uma série de atributos, ora diferenciadores, ora facilitadores de produção simbólica. Mesmo fazendo parte dos mais diversos tipos de interação, a breve apresentação de algumas características desses meios técnicos, revela como a mídia exerce um papel singular diante das demais formas de comunicação.

A mídia permite maior fixação e preservação das formas simbólicas, pois, ao imprimir em papel, ao gravar imagens e sons, ela prescinde em menor grau da memória dos indivíduos, ao contrário, de meios técnicos como a conversação, o

alto falante ou o telefone. Destaca-se também por sua capacidade de multiplicação de uma forma simbólica, ou seja, seu grau de reprodução. Esta qualidade, que evoluiu dos entalhes em pedra e madeira, onde a possibilidade era quase nula, passou pelos escribas reprodutores dos textos religiosos e atingiu um potencial decisivo com a invenção da imprensa. Como lembra Thompson (2005), esta característica, da reprodutibilidade das formas simbólicas, está na base da exploração comercial dos meios de comunicação e até na valorização da autenticidade ou da originalidade de uma obra no mercado de bens simbólicos.

Os tipos de interação da vida social e as possibilidades de compreensão das formas simbólicas também sofreram transformações com a evolução dos meios técnicos. Mudanças que refletem no entendimento, na ambigüidade ou mesmo na distorção das intenções comunicativas. Com a midiatização diminuiu-se a multiplicidade de deixas simbólicas que garantem a efetividade e o entendimento do que se pretende comunicar. Deixas complementares, tão presentes nas chamadas “interações face a face” ou naquelas mediadas por meios técnicos como cartas ou conversas telefônicas. Entretanto, se, com a mídia, foi reduzida a certeza de compreensão das formas simbólicas, através dela, aumentou-se a possibilidade de distanciamento espaço-temporal permitido pelos meios técnicos, alargando a capacidade de re-implantar, em novos contextos, formas simbólicas afastadas no tempo e no espaço de seu contexto original de produção. Este atributo, para Thompson (2005), é uma das principais explicações o exercício de um poder simbólico pelos meios de comunicação de massa

Ao alterar as condições espaço-temporais da comunicação, esse meio técnico também altera as condições de espaço e de tempo sob as quais os indivíduos exercem poder, tornando-os capazes de agir e interagir à distância, possibilitando a intervenção e a influência no curso dos acontecimentos mais distantes no espaço e no tempo (THOMPSON, 2005). Essa é a relevância de se refletir sobre as interações sociais produzidas pelos meios de comunicação de massa, pois nessa interação midiática, potencializa-se o impacto e o deslocamento de sentidos, já que as formas simbólicas são produzidas num contexto e recebidas numa multiplicidade de outros contextos.

Assim, a mídia, através do conteúdo disponibilizado via TV, jornais, revistas e outros é colocada como arena importante no processo de interação social, caracterizando uma mediação onde se cria:

“um certo tipo de situação social na qual os indivíduos se ligam uns aos outros num processo de comunicação e intercâmbio simbólico. É uma situação estruturada na qual alguns indivíduos se ocupam principalmente na produção de formas simbólicas para outros que não estão fisicamente presentes, enquanto estes, se ocupam a receber formas simbólicas produzidas por outros a quem eles não podem responder, mas com quem podem criar laços de amizade, afeto e lealdade” (THOMPSON, 2005: 80)

Além do produzir e comunicar formas simbólicas, deve-se considerar a importância da mídia na formação do conhecimento e “autoformação” dos indivíduos, por ser também, uma instituição no processo de socialização. As instituições, segundo Berger e Luckmann (1991), atuam sobre os indivíduos fazendo-se presente e, ao mesmo tempo, despercebidas. Atuam como o hábito, que fornece direção e especialização às atividades de significação tornando desnecessário que cada situação seja definida, pensada, etapa por etapa. Além das normas que as caracterizam, e por vezes, as distinguem, o poder das instituições na vida social está no fato de aparecerem como prontas, inalteráveis e inexistentes, apresentando a objetividade do mundo.

“As instituições estão aí, exteriores a ele [indivíduo], persistentes em sua realidade, queira ou não. Não pode desejar que não existam. Resistem a suas tentativas de alterá-los ou evadir-se delas. Tem um poder coercitivo sobre ele, tanto por si mesmas, pela pura força de sua facticidade, quanto pelos mecanismos de controle geralmente ligados às mais importantes delas” (BERGER e LUCKMANN, 1991: 86).

Tal é a força legitimadora das instituições que a ordem institucional faz parte do acervo socialmente disponível do conhecimento, tomado como natural e certo. Como mostram Berger e Luckmann (1991), estando integradas à realidade cotidiana, as instituições incidem também sobre as condutas, principalmente porque toda instituição tem um corpo de conhecimento transmitido como receita, um corpo de verdades universalmente válidas e transmitidas a cada geração.

“O conhecimento apreendido no curso da socialização serve de mediação na interiorização pela consciência individual das estruturas objetivas do mundo social. Neste sentido, o conhecimento situa-se no coração da dialética fundamental da sociedade. ‘Programa’ os canais pelos quais a exteriorização produz um mundo objetivo. Objetiva este mundo por meio da linguagem e do aparelho cognoscitivo baseado na linguagem, isto é, ordena-o em objetivos que serão apreendidos como realidade” (BERGER e LUCKMANN, 1991:94)

Isso expressa que a força da mídia noticiosa, percebida como instituição e instrumento de mediação do real, vai muito além do conteúdo das mensagens no processo de significação da informação. A questão não é somente o que se fala, mas que ordenamento está presente na própria concepção da instituição. No caso das instituições jornalísticas, está o papel assumido e incorporado de retratar ou interpretar o real para um público, que dele, está distante espacial e temporalmente. Mas, como objetivações da atividade institucional, que também representam, os significados extraídos tendem a ser concebidos como conhecimentos e transmitidos como tais. Nesse processo de interação de experiências institucionalizadas, que integram ou desencadeiam a objetivação do mundo, abrem-se caminhos para a reificação da realidade social, momento em que a característica de ser coisa se torna típica da realidade.

“...a apreensão dos fenômenos humanos como se fossem coisas...como se fossem algo diferente de produtos humanos, como se fossem fatos da natureza, resultados de leis cósmicas ou manifestações da vontade divina. Implica que o homem é capaz de esquecer sua própria autoria do mundo humano, e mais, que a dialética entre o homem, o produtor e seus produtos é perdida de vista pela consciência” (BERGER e LUCKMANN , Idem:123)

Estes autores também chamam a atenção para o fato de que os indivíduos envolvidos nesse processo de objetivação do mundo podem perder a inteligibilidade e a autonomia de sua ação quando os fatos passam a ser sentidos como inertes. “A receita fundamental para a reificação das instituições consiste em outorgar-lhes um *status* ontológico independentemente da atividade e da significação humanas” (BERGER e LUCKMANN, Idem:125). A consequência disso é a interiorização de que não há escolhas, porque tudo está dado e pronto. Não se



percebe um poder, não se percebe a tipificação de papéis, e portanto, não são feitos questionamentos.

Na recepção e na apropriação das mensagens noticiosas, os indivíduos estão envoltos num processo de formação pessoal e autocompreensão porque esta mediação faz parte de sua rotina e ele as compartilha com outras pessoas. Assim, a mídia modela conhecimentos, sentidos, gostos, expandindo experiências.

“É um processo no qual, algumas mensagens são retidas e outras esquecidas, no qual algumas se tornam fundamento de ação e de reflexão, tópico de conversação entre amigos, enquanto outras deslizam pelo dreno da memória e se perdem no fluxo e refluxo de imagens e de idéias” (THOMPSON, 2005:46).

#### **4.1 O jornalismo em busca de categorias**

Restringir uma pesquisa aos *media* noticiosos é defrontar-se ainda com um conjunto de formatos, canais, estilos de linguagem e outros elementos que caracterizam e distinguem os textos jornalísticos, cada qual com suas propriedades discursivas. Afinal, um jornal ou uma revista em sua função de mediar o real até os leitores, dispõe de várias modalidades de relato dos acontecimentos que formam e dão forma às mensagens encontradas nesses meios de comunicação de massa. Por isso, a discussão taxionômica sobre os processos jornalísticos é importante não apenas para restringir nosso universo da pesquisa, mas porque é caminho para entender a mensagem, sua forma e conteúdo, e também analisar a relações entre emissores, receptores e instituições jornalísticas.

Para Marques de Melo (1985) são duas as categorias principais típicas do jornalismo brasileiro cuja *práxis* estabeleceu os padrões para a narrativa dos fatos: o jornalismo informativo e o jornalismo opinativo. Historicamente, a distinção entre estas duas classificações emerge na necessidade de distinguir os fatos de suas versões, ou seja, para delimitar os textos intencionalmente informativos dos explicitamente opinativos. Se, por um lado, a natureza política e ideológica dos jornais no século XVIII na Europa moderna transformava-os em um

fórum de debate público fomentando a “esfera pública” de que fala Habermas (1984), por outro, tornava-os alvos da censura de donos de poder incomodados pelo grau de expressão opinativa das publicações. Essas restrições estimularam a bipolarização do espaço ocupado nos jornais entre *news* e *comments*, segundo Marques de Melo (1985) ao tratar da questão e apresentar o jornalismo britânico como precursor desta separação.

Com a aceleração do ritmo produtivo da imprensa, principalmente a norte-americana, no final do século XIX, o jornalismo reacionário da era liberal perde espaço para a comunicação de massa e a objetividade positivista do período torna-se a tônica predominante. Convertida em mercadoria, a informação via jornais, rádios e revistas adquire formas padronizadas, impessoais e objetivas, circunscrevendo o jornalismo de opinião, onde se emite claramente um juízo sobre um tema, a espaços bem delimitados como os editoriais e colunas assinadas.

São os espaços, o estilo e a relação dialógica do jornalista com o leitor que ordenam o processo de recodificação da mensagem, incluindo-a em gêneros pertencentes ao universo da informação ou da opinião. Para Marques de Melo (1985) esta relação ultrapassa questões referentes à estrutura do texto, abrigando também a articulação entre os acontecimentos (o real), sua expressão jornalística (o relato) e a apreensão pela coletividade (a leitura).

“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 (os jornalistas) estabelecem em relação a 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: a autoria (quem emite a opinião) e a angulação (perspectiva temporal ou espacial que dá sentido à opinião). (MARQUES DE MELO, 1985: 64).

É basicamente, a partir desta diferenciação que diversos autores propuseram classificações quanto aos gêneros, partindo da ordenação e linguagem das mensagens nas páginas de jornais e revistas. É pertinente a distinção elaborada por Marques de Melo (1985), que apresenta como gêneros da categoria Jornalismo Informativo (Nota – Notícia – Reportagem – Entrevista) e

para categoria Jornalismo Opinativo (Editorial – Comentário – Artigo – Resenha – Coluna – Crônica – Caricatura – Carta)<sup>6</sup>.

## 4.2 Em revista, a reportagem

A reportagem, gênero predominante no jornalismo de revista, é o relato ampliado de um acontecimento que, normalmente, já repercutiu na sociedade, às vezes, em forma de nota ou notícia. Não tem o mesmo caráter imediatista que determina a notícia, pois o texto na reportagem exerce funções de detalhamento e contextualização daquilo que já foi divulgado.

À notícia, típica em jornais diários, no rádio, na internet e em telejornais, cabe a função de assinalar os acontecimentos, ou seja, tornar público um fato através de uma informação. Sua apresentação, em geral, obedece à fórmula da pirâmide invertida, onde as informações mais relevantes são descritas em ordem decrescente. Para Sodré (1986), o noticiar determinado acontecimento é regido pela função de anunciar. Um fato é tornado notícia apenas quando anunciado. Neste caso, o discurso mantém distanciamento em relação ao leitor, é descritivo, documental e só há referências ao que pode ser visto ou comentado.

Já na reportagem, o relato apóia-se na ação e no seu detalhamento. O procedimento narrativo reconstitui as ações e as presentifica, como se estivessem ocorrendo, o que, promove maior aproximação com o leitor que pode acompanhar o desenrolar dos acontecimentos quase como testemunha. Por isso, acredita-se que Sodré (1986) tem razão quando aponta que a reportagem não apenas anuncia, mas sustenta-se sobre a enunciação dos fatos, pois “exprime a manifestação desses fatos através de um discurso: não se percebe que há alguém narrando, mas parece que os acontecimentos têm vida própria e se exibem diante do leitor” (SODRÉ, 1986:21).

É esta característica, de enunciação, do gênero reportagem que a torna, apesar de sua natureza informativa, vulnerável ao aparecimento de elementos opinativos no texto, abrindo brechas para o pronunciamento do fato. Entre uma palavra e outra, surgem apontamentos críticos, ironias e insinuações, que segundo este autor, visam expor indiretamente um posicionamento crítico do

---

<sup>6</sup>Apesar de autores como Erbolato (2004), Medina (1988) e outros, apontarem ainda as categorias Interpretativo e Diversional para o jornalismo, não há determinações definitivas e gerais quanto a natureza e aplicação destas duas novas categorias

redator e também do veículo. Não importa tanto o fato em si, mas o nível de abstração em torno do tema que conduzirá o leitor na direção de um pronunciamento, motivado pelo tom de avaliação imprimido ao texto.

Desta forma, Sodré (1986) avalia que o discurso jornalístico caminha em dois sentidos: aquele que apenas informa um fato, um tema – nesse caso o discurso é concreto e descritivo, apenas assinalando os acontecimentos. O outro sentido, que produz conceitos sobre tema – com um discurso mais abstrato e analítico. É neste segundo, que estão justamente as características da narrativa jornalística em revista.

Ao jornalismo de revista é atribuído o papel de preencher os vazios informativos deixados pela cobertura de jornais, rádios e televisão, por trazer textos com maior profundidade e interpretação dos acontecimentos. Esta é a função das chamadas ‘revistas de informação geral’ ou ‘semanais de informação’.

Devido à periodicidade semanal, as revistas fazem jornalismo daquilo que ainda está em evidência nos noticiários, mas, acrescentando pesquisa, documentação, atração visual e menor padronização textual em relação à notícia. Além de garantir mais tempo aos jornalistas para exploração de novos ângulos e focos, a periodicidade também permite à revista semanal prender-se menos ao factual, o que, aumenta seu poder de agendamento, à medida que oferece maior liberdade para criação de pautas.

Outra característica vantajosa em relação aos demais veículos é o seu formato. Elaborada em papel de qualidade e impressão que facilitam a leitura, a revista tem um formato que garante facilidade no manuseio, no transporte e permite que ela seja guardada, colecionada<sup>7</sup>. Menos perecível, seu conteúdo é pulverizado à medida que se multiplicam o número de leitores por exemplar<sup>8</sup>. No caso das semanais de informação, é comum a utilização ou doação a bibliotecas públicas, servindo como fonte de pesquisa escolar.

Mais do que uma ponte a levar o leitor ao conhecimento dos fatos, a trajetória das revistas mostra que elas surgiram para ajudar na complementação da educação, no aprofundamento de assuntos, na segmentação e no serviço utilitário que podiam oferecer aos seus leitores. Das primeiras que se tem notícia,

---

<sup>7</sup> Pesquisa realizada pela Revista Veja, mostra que 70% de seus leitores têm o hábito de guardar seus exemplares após a leitura. Disponível em [www.veja.abril.com.br](http://www.veja.abril.com.br)

<sup>8</sup> Uma regra usual adotada no jornalismo e confirmada por Kucinski (1999) diz que cada exemplar é lido por 5 leitores em média.

no século XVII, até as do início do século XX, as revistas buscavam aprofundar determinados assuntos para públicos específicos: mais que os jornais, menos que os livros. Como surgem num período em que os jornais diários e semanais nasciam e cresciam ligados a correntes ideológicas, partidos políticos e em defesa das causas públicas, as revistas acabam tomando para si o papel de complementação da educação, com publicações dirigidas a uma única área do conhecimento, como a ciência e a cultura ou voltadas para públicos específicos, como para as mulheres. (SCALZO, 2003)

Ao longo do século XIX, os avanços na indústria gráfica permitiram a qualidade dos impressos, o destaque das ilustrações, o aumento das tiragens, atraíram anunciantes e reduziram os preços. Então a revista insere-se no negócio da comunicação de massa. Esta é fase que marca a revolução no mundo das revistas, quando elas, que nasceram monotemáticas, passaram a ser também multitemáticas. A precursora, lançada em 1923, foi a americana *Time*, cujo formato e estilo ditou tendências em diversos países, inclusive no Brasil, servindo de inspiração para a *Veja*. A idéia da *Time* era trazer notícias da semana, do país e do mundo, organizadas em seções, narradas de maneira concisa e sistemática. A *Life*, outra publicação norte-americana que serviu de modelo mundo afora, incorporou com destaque as ilustrações, adotando a idéia de que uma boa imagem vale mais que uma boa descrição, valorizando a reportagem fotográfica. Estavam lançadas as bases para o jornalismo de revista, onde a reportagem alcançou seu princípio de ser.

### 4.3 A Revista *Veja*

A circulação média de 1,1 milhão<sup>9</sup> de exemplares por semana faz de *Veja* atualmente, a maior revista semanal de informação do Brasil e a principal publicação da Editora Abril, o maior grupo editorial do país, detentor de 57,9% do mercado de editoras de revista<sup>10</sup>.

A empresa nasceu, em 1950, em meio à fase de modernização e otimismo porque passava o país, publicando revistas e fascículos e, hoje, é um dos grandes grupos de comunicação de massa do país, atuando em canais de TV, empreendimentos na internet, gravadoras de disco e estações de rádio. Fundada pelo ítalo-americano Victor Civita, a Editora Abril foi inaugurada com a revista em quadrinhos *Pato Donald*, cresceu explorando públicos segmentados, como o feminino e, atualmente, publica mais de 200 títulos para um universo de 30 milhões de leitores.(CORREA, 2000). Deste conjunto, faz parte a revista semanal mais vendida do país.

A Revista *Veja* foi lançada, em setembro de 1968, aproveitando o bom momento por que passava a Editora Abril. Após períodos instáveis, ela contava naquele período com potencial gráfico, revistas de sucesso e capacidade de endividamento. Inovador naquele momento, o projeto da primeira revista semanal de informação geral brasileira envolveu toda a empresa. Foi criado um Departamento de Documentação, Dedoc, para auxiliar o trabalho de pesquisa dos jornalistas, 100 profissionais foram treinados, dos quais, 50 contratos para *Veja*. Uma forte campanha publicitária colaborou para que primeira edição tivesse os 700 mil exemplares planejados vendidos. (Anuário Brasileiro de Mídia)

*Veja* foi idealizada por Victor Civita, que, ainda nos fins da década de 50, imaginou-a como uma revista ilustrada que concorresse com a *Manchete*, um fenômeno editorial da época, cujos atrativos eram principalmente as fotografias e ilustrações. Mas, convencido pelo filho, Roberto Civita, que estudou e trabalhou no mercado editorial dos EUA, *Veja* nasceu como um semanário de notícias nos moldes das norte-americanas *Time* e *Newsweek*. O propósito era conquistar o

---

<sup>9</sup> Dado da Associação Nacional dos Editores de Revista – ANER para os anos 2005 (1,119 milhões) e 2006 (1,1001 milhões) de exemplares vendidos em média semanalmente.

<sup>10</sup> Segundo a Associação Nacional dos Editores de Revista – ANER. O restante do mercado em 2004 foi ocupado pelas editoras Globo (15,2%), Três (9,9%), Readers Digest (8,7%), Símbolo (2,8%) e outras (5,5%).

público cujas expectativas iniciais de informação eram supridas pelo telejornalismo que ganhava espaço e se consolidava no Brasil

Aos olhos de seus fundadores, a nova publicação seria melhor do que a consagrada *Realidade*, uma revista também do grupo Abril, dedicada a grandes reportagens. O editorial da primeira edição, em setembro de 1968, que trazia na capa um martelo, uma foice e chamada “O grande duelo no mundo comunista” exibia o entusiasmo do proprietário da Abril:

“O Brasil não pode mais ser o velho arquipélago separado pela distância, o espaço geográfico, a ignorância, os preconceitos e os regionalismos: precisa de informação rápida e objetiva a fim de escolher rumos novos. Precisa saber o que está acontecendo nas fronteiras da ciência, da tecnologia e da arte no mundo inteiro. Precisa acompanhar o extraordinário desenvolvimento dos negócios, da educação, do esporte, da religião. Precisa, enfim, estar bem informado. E êste é o objetivo de *VEJA*”.  
(*Civita*: 1968)

Apesar do começo de sucesso e das altas vendagens atuais, a trajetória da Revista também foi marcada por fracassos. A censura do regime militar e ambigüidades na campanha publicitária afastaram leitores nos primeiros anos da publicação. Dos 700 mil exemplares previstos no lançamento, em pouco tempo a tiragem semanal caiu para 100 mil exemplares. No início de 1969, caiu para 70 mil exemplares e, em seguida, para 40 mil exemplares. A revista só começou a sair do vermelho quando também passou a ser vendida via assinaturas, após a iniciativa editorial que propôs o acompanhamento de fascículos semanais, além, de sucessivas reformulações que privilegiavam sobretudo o acréscimo de infográficos, fotografias e ilustrações (CORREA, 2000).

Objeto deste trabalho, a Revista *Veja*, é um veículo no qual se pode observar todos os elementos do jornalismo enquanto categorias e gêneros, considerando a elaboração de Marques de Melo (1985) e as características do jornalismo de revista. Multitemática, seguindo os padrões das semanais de informação, *Veja* possui 25 seções<sup>11</sup> que cobrem assuntos que vão desde política, economia, comportamento, esportes, ciência e tecnologia à moda, artes, show

---

<sup>11</sup> Número de seções observadas nos anos pesquisados. Quatro seções foram intermitentes no período, fator determinado principalmente pela inserção de três novas colunas de opinião.

business, entre outros. Não há um seção específica para temas relacionados ao meio rural, que se diluem nos demais espaços da revista.

Qualquer que seja a seção, a temática ou o formato, o importante ao analisar uma revista como *Veja*, é perceber sua dimensão enquanto meio de informação para uma parcela importante da sociedade brasileira. Seu conteúdo é consumido pela faixa da população no topo da estrutura de campo de poder, como mostram dados da própria Revista. São leitores que estão em plena fase de atuação profissional, já que a maioria, 65% deles, tem entre 18 e 49 anos, além de possuir nível de instrução avançado, pois cerca de 42% tem curso superior e pós-graduação e 36% possuem ensino médio completo. Definidos pela Revista como atuantes, preparados e bem posicionados no mercado de trabalho, os leitores de *Veja* também fazem parte de parcela mais rica de população<sup>12</sup>.

O conteúdo de *Veja* que retrata os principais acontecimentos do Brasil e do mundo, acompanha as oscilações do interesse do leitor. O debate ideológico e a luta pela democracia, deram lugar nos últimos anos, a assuntos ligados a comportamento e a qualidade de vida. Seus leitores, 80% das classes A e B, tem nível alto de educação e de consumo. Querem opinar e ser ouvidos. (CORREA, 2000)

Hábito de leitura de classe média brasileira, esta afirmação sobre *Veja*, confirma o que Kucinski comenta sobre as revistas semanais de informação.

“As revistas semanais ilustradas preenchem no Brasil uma necessidade importante de leitura, devido à sua longevidade e alcance nacional, especialmente entre as classes médias, que não compram jornais diários. Ao contrário dos jornais, possuem um universo grande e próprio de leitores, distinto do universo dos protagonistas das notícias, e mantém com esse público um forte laço de lealdade. Nas funções de determinação da agenda e produção de consenso atuam como usinas de uma ideologia atribuída às classes médias, inclusive no reforço de seus preconceitos”. (KUCINSKI, 1999: 37)

Reforço que pode ser sistemático e contínuo, considerando-se que a maior parte dos leitores estabelece uma relação de confiança com a revista. No caso de *Veja*, dos mais de 1 milhão de exemplares vendidos, em torno de 83% é por meio de assinaturas. Incorporado como meio útil de informação, 94 % dos leitores

<sup>12</sup> Pesquisa realizada pela Revista *Veja* elaborada pela Research International disponível em [www.veja.abril.com.br](http://www.veja.abril.com.br)



dizem sentir-se informados com a revista e 87% tem na revista um instrumento de integração social, pois dizem discutir os assuntos tratados com outras pessoas

## 5. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A representação do rural na imprensa foi interpretada por meio da análise da Revista *Veja* porque esta assume várias características condizentes com os objetivos da pesquisa. Sua expressividade chama a atenção pela tiragem de 1,1 milhão de exemplares semanais e pela abrangência nacional de sua distribuição, características que a colocam no topo do ranking das revistas. Além disso, sua escolha justifica-se por agendar o rural em meio a outros assuntos além de ser direcionada a públicos não especializados e heterogêneos. A Revista *Veja* representa, aqui, um meio de comunicação de massa noticioso como caracterizado ao longo dos capítulos anteriores.

Nesta pesquisa, tomou-se como amostra dois anos (2004 e 2005) da Revista. Definiu-se como unidade de análise, as mensagens do gênero reportagem por serem o mais expressivo e representativo neste veículo. As reportagens foram dissecadas e interpretadas por meio da análise de conteúdo como propõe Bardin (1977). A estratégia metodológica da análise de conteúdo foi adequada na medida em que se trata de:

*um conjunto de técnicas e análise das comunicações visando obter, por procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição de conteúdo das mensagens, indicadores (qualitativos ou não) que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção destas mensagens” (p. 42).*

A trajetória metodológica pode ser descrita em três momentos que tiveram focos distintos. A pré-análise foi feita via internet por meio de “leituras flutuantes” da Revista. Seguiu-se a análise propriamente dita, quando reportagens e palavras-chave relacionadas ao rural foram identificadas, mensuradas e depois agrupadas em categorias. Essa análise foi realizada por meio do banco de edições de *Veja* disponível integralmente na internet e também por meio do

registro fotográfico das páginas das edições da Revista. Por fim, procedeu-se às inferências e interpretações conclusivas.

### 5.1 A Seleção das Reportagens

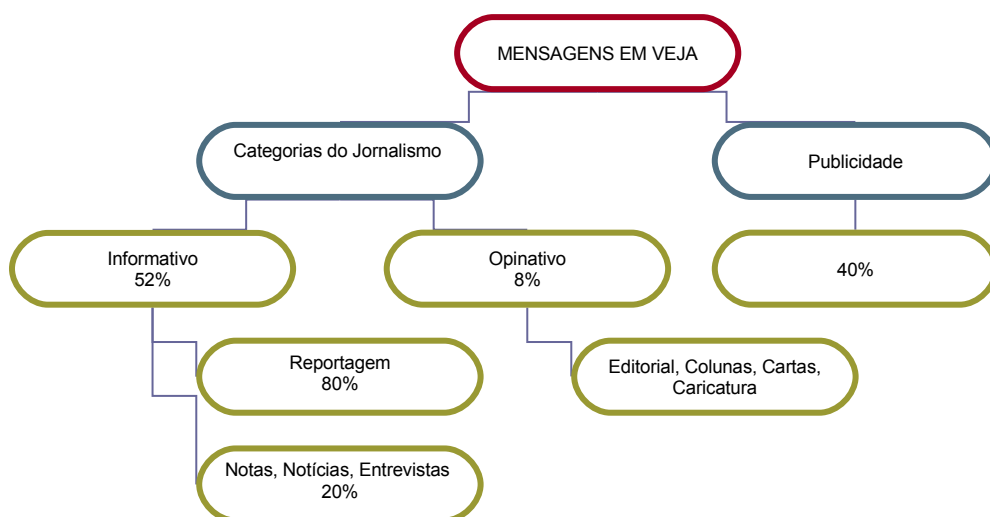
Todo o conteúdo de *Veja* pode ser dividido entre jornalismo de informação, representado por 15 seções (Entrevista, Holofote, Radar, *Veja* Essa, Gente, Datas, Os livros mais vendidos, Contexto, Brasil, Geral, Internacional, Economia e Negócios, Guia, Artes e Espetáculos, Auto Retrato) e, jornalismo de opinião, contemplado por 10 seções (Carta ao leitor, Ponto de Vista, Millôr, Cartas, André Petry, Tales Alvarenga, Diogo Mainardi, *Veja* Recomenda, Ensaio, Em Foco)<sup>13</sup>. Esta distinção só pôde ser feita observando-se os gêneros jornalísticos, seus estilos de linguagem e formatos, que determinam o que é notícia, nota, reportagem, editorial, caricatura, colunas etc.

Quando verificado o número de páginas dedicadas a cada um desses gêneros, a intensidade com que aparecem mensagens informativas é ainda maior. A Revista tem entre 100 e 130 páginas, e quando traz reportagens especiais, aumenta para cerca de 150 páginas. *Veja* dedica, em média, 52% do espaço ao conteúdo informativo, e cerca de 8% a mensagens opinativas. O restante de páginas, 40%, é ocupado pela publicidade. Isto acontece porque as cinco principais seções da revista (Brasil, Geral, Internacional, Economia e Negócios, Artes e Espetáculos) são dedicadas à reportagem, o gênero do jornalismo em revista por excelência. As reportagens, através das quais a Revista explora os assuntos principais da semana, com textos mais longos, vasta cobertura fotográfica e ilustrativa é responsável por mais de 80% de todo o conteúdo informativo, ficando o restante disperso entre entrevistas, notas e notícias<sup>14</sup>.

#### Diagrama 1 – Distribuição das mensagens em categorias

<sup>13</sup> Distinção feita pela pesquisadora, a partir das características de cada seção com base na elaboração de Marques de Melo (1985)

<sup>14</sup> Média mensurada a partir das edições pesquisadas



Fonte: Dados da pesquisa

A constatação de que as reportagens formavam o gênero predominante na Revista consagrou-a como unidade de análise da pesquisa. Por seus atributos e formato, a reportagem é o principal texto jornalístico encontrado na *Veja*, que, por sua vez, estrutura-se e destaca-se através das reportagens que produz. Mais do que em qualquer outra narrativa informativa, na reportagem, o agendamento, os enquadramentos e o poder simbólico da linguagem se fazem presente.

A seleção das reportagens teve dois momentos: uma pré-seleção e depois a seleção definitiva. Na pré-seleção feita pela internet as matérias foram escolhidas observando-se as seções e as chamadas que constavam no índice da Revista. A partir dessa eleição, as reportagens foram acessadas e salvas pela internet e também fotografadas em bibliotecas que continham o acervo. Na seleção definitiva, aprimorou-se a escolha considerando os títulos, subtítulos das reportagens, conforme estão organizadas no Anexo 1. Esta etapa exploratória foi decisiva para excluir, ou não, matérias pré-selecionadas apenas por meio do índice das Revistas. Assim, com base nas orientações conceituais sobre o rural, foram selecionadas 31 reportagens em 2004 e 31 em 2005, totalizando 62 reportagens.

Durante a fase da pesquisa exploratória das Revistas, o recorte empregado pôde ser feito em nível semântico, o que permitiu a aferição por meio de “temas”. Essa opção analítica, mostrou-se mais pertinente e abrangente do que a escolha realizada somente em nível lingüístico, por meio de “palavras-chave” ou “frases”.

Para facilitar a análise, um quadro organizativo das reportagens foi construído com *links* de acesso aos textos e fotografias das Revistas. Esse quadro pode ser observado no CD em anexo.

## 5.2 Codificação

A fim de criar categorias lógicas com base nas quais se pudesse interpretar a imagem e o conteúdo das mensagens referentes ao meio rural agendadas pela Revista *Veja*, fez-se necessária a delimitação de novas estratégias de análise.

Este processo, denominado codificação, consiste em transformar os dados brutos do texto em referências capazes de esclarecer ou explicitar o conteúdo do material. De acordo com os procedimentos da análise de conteúdo, a organização da codificação depende da escolha das **unidades de registro**, das **regras de contagem** e das **categorias** que são construídas. A codificação e, em seguida, a categorização da Revista teve vários momentos nos quais foram escolhidas partes distintas onde foram aplicados todos os procedimentos da codificação.

Na primeira análise apresentada nesta dissertação, as reportagens foram agrupadas em categorias conforme classificação da revista que apareceu no índice de seções e chamadas. Em seguida, a partir dos assuntos comuns ou semelhantes construiu-se novas categorias por meio da observação dos títulos, subtítulos, legendas e fotografias. Depois de agrupadas em categorias, as reportagens foram interpretadas tendo como unidades de registro esses títulos, subtítulos, legendas e fotografias. Nessa fase foi possível detectar o agendamento e o enquadramento do rural pela Revista, considerada nesta pesquisa como “o locutor”.

Num segundo momento, são apresentadas as fontes das reportagens, aqui chamadas de “interlocutores”, escolhidas como unidades de registro com vistas no aprofundamento da interpretação dos enquadramentos. Além disso, do ponto de vista teórico, esta escolha condiz e reafirma a questão das competências legítimas ou institucionalmente legitimadas da linguagem das quais falava Bourdieu, e também está alinhada às indicações da hipótese do agendamento que sugere que a pesquisa não se limite aos temas explicitados nas matérias.

Inicialmente, numa ação exploratória, foram identificadas as principais fontes usadas pela Revista nas 62 matérias selecionadas. Em seguida, essas fontes foram categorizadas a partir do critério: a quem e à quais instituições foram atribuídos dados, números, estatísticas, declarações, citações, em primeira ou terceira pessoa. Buscou-se ainda, analisar de que forma as declarações dadas por esses interlocutores são utilizadas pela *Veja*, verificando-se o papel que cumpriam no texto.

Finalmente, pôde-se concluir sobre a configuração e a imagem atribuída pelo rural na revista ao longo dos dois anos pesquisados, conforme se apresenta na conclusão desta dissertação.

## 6. SISTEMATIZAÇÃO E INTERPRETAÇÃO

A leitura exploratória para seleção das reportagens levou à caracterização da estrutura constitutiva da Revista *Veja*. A distribuição das matérias relacionadas ao rural, observando-se as seções e os títulos das chamadas ocorreu conforme as tabelas 1 e 2 a seguir.

TABELA 1 – Distribuição das reportagens segundo seções, conforme classificação da Revista *Veja*

SEÇÕES 2004			SEÇÕES 2005		
Economia e Negócios	6	<b>19,5%</b>	Economia e Negócios	3	<b>9,6%</b>
Geral	15	<b>48,3%</b>	Geral	17	<b>54,8%</b>
Brasil	8	<b>25,8%</b>	Brasil	7	<b>22,5%</b>
Guia	2	<b>6,4%</b>	Guia	1	<b>3,2%</b>
Artes e Espetáculos	0	<b>0</b>	Artes e Espetáculos	2	<b>6,7%</b>
Especial	0	<b>0</b>	Especial	1	<b>3,2%</b>
TOTAL	31	<b>100%</b>	TOTAL	31	<b>100%</b>

Nota-se que do total de 62 reportagens analisadas, elas aparecem principalmente (48,3% em 2004 e 54,8% em 2005) na seção Geral. Em segundo lugar, na seção Brasil, com 25,8% e 22,5% respectivamente e, em seguida, na seção Economia e Negócios.

A Revista *Veja* estabelece também uma classificação das reportagens por meio uma denominação temática para os assuntos referentes ao rural. Essa constatação pôde ser evidenciada através da observação dos títulos das chamadas das reportagens que constam no índice da Revista, conforme Tabela a seguir.

TABELA 2 – Distribuição das reportagens segundo títulos das chamadas, conforme classificação da Revista Veja, anos 2004 e 2005.

Chamadas	Nº de reportagens	Chamadas	Nº de reportagens
Ambiente/Meio Ambiente	16	Café	1
Reforma Agrária	8	Cinema	1
Especial	5	Energia	1
Amazônia	3	Empresas	1
Exportação	3	Folclore	1
Agricultura	2	Índios	1
Alimentos	2	Justiça	1
Comércio	2	PIB	1
Polícia	2	População	1
São Francisco	2	Rondônia	1
Transgênicos	2	Showbiz	1
Agronegócios	1	Televisão	1
Bebida	1	Turismo	1

Chama a atenção no agrupamento por temas, a classificação Ambiente para 16 reportagens nos dois anos analisados. Outra classificação das matérias feita pela Revista que se destacou comparativamente às demais foi a chamada Reforma Agrária com oito menções. Contudo, merece destaque pela relevância, a classificação Agricultura como título de chamada para apenas duas reportagens e, Agronegócios para uma matéria.

### 6.1 Inferências sobre as reportagens

Em sua forma original de organização, a Revista Veja apresentou grande variedade temática sobre o rural, como mostrou a classificação das chamadas apresentada na tabela anterior. No entanto, para operacionalizar a análise, as 62 reportagens foram distribuídas em categorias, segundo a semelhança e correspondência dos assuntos, critérios referentes à primeira fase da pesquisa.

Um dos princípios da análise de conteúdo temática diz que apenas parte do texto deve ser levada em consideração para fins da pesquisa, e não sua totalidade. Portanto, foi preciso definir qual ou quais os trechos das reportagens, fundamentadas por uma unidade de registro regular a todas elas seriam analisadas. Dessa forma, para categorizar e interpretar as reportagens tomou-se como unidade os títulos, subtítulos legendas e fotografias das matérias por serem,



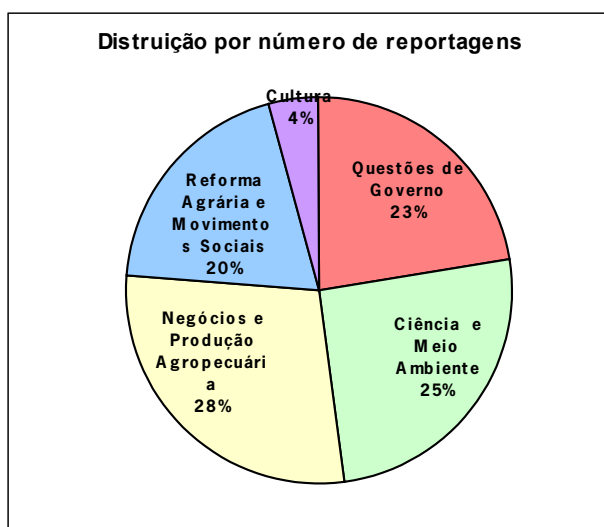
elementos que maximizam o poder comunicativo das mensagens e cujo reflexo será maior durante ao que chamamos de leitura de consulta, ou seja, aquela em que o leitor apenas folheia a publicação e por meio da qual ele sente, ou não, interesse em realizar uma leitura mais aprofundada. A leitura prévia de todo o conteúdo das reportagens ao longo das classificações também contribuiu para captar o núcleo de sentido temático das matérias para incluí-las nas categorias correspondentes.

Assim, foram criadas 5 categorias de reportagens. As matérias que tratavam de produtos agropecuários, operações comerciais, agronegócios, exportações, entre outros, foram agrupadas na categoria **Negócios e Produção Agropecuária**. Outra categoria, chamada **Ciência e Meio Ambiente** reuniu reportagens que abordavam pesquisas e seus resultados, sobretudo, estudos e questões relativas à região Amazônica. Muitas matérias exploraram a temática rural atribuindo causas ou relacionando as conseqüências de determinados acontecimentos ao governo federal e suas instituições, por isso, foi criada a categoria **Questões de Governo**. Já, a **categoria Reforma Agrária e Movimentos Sociais** contempla as matérias que abordam os conflitos no campo, ONGs ou que mencionam movimentos de trabalhadores rurais sem-terra. Completa essa etapa, a categoria **Cultura** para reportagens que abordaram elementos culturais ligados essencialmente ao meio rural.

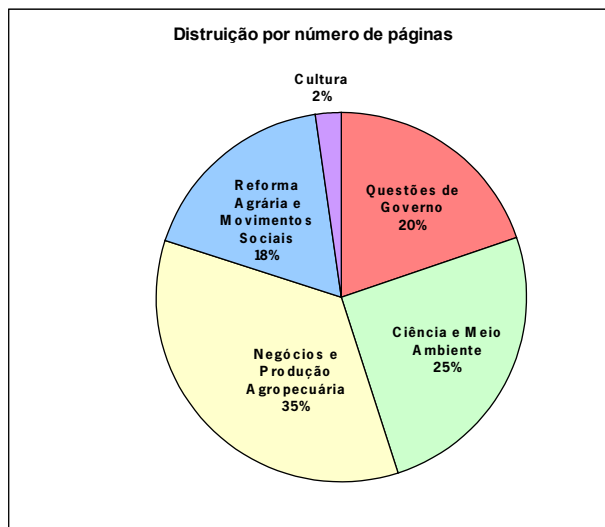
De acordo com essa classificação, 16 reportagens foram categorizadas como Questões de Governo, 18 reportagens como assuntos de Ciência e Meio Ambiente, 20 matérias formam a categoria Negócios e Produção Agropecuária, 14 reportagens fazem parte da categoria Reforma Agrária e Movimentos Sociais e 3 matérias são referentes à Cultura. Este somatório já compreende 9 co-ocorrências, ou seja, reportagens que foram inclusas em duas categorias. Nestes casos de dupla ocorrência, as reportagens foram identificadas, nas tabelas em que são apresentadas, com o símbolo asterisco (\*)

Os gráficos 1 e 2, a seguir, permitem a visualização do espaço ocupado pelas 62 reportagens nas 5 categorias, observando-se, respectivamente, o número de reportagens por categorias e a distribuição por número de páginas das reportagens nessas categorias.

**Gráfico 1** – Espaço ocupado por número de reportagens



**Gráfico 2** – Espaço ocupado por número de páginas



Fonte: Dados da pesquisa

O Gráfico 1 mostra que à exceção da categoria Cultura, as demais categorias de reportagens distribuem-se sem grandes distorções, variando de 20% a 28% do espaço ocupado por número de matérias. Entretanto, considerando o total de páginas ocupadas por grupo de reportagens, constatou-se alteração nessa distribuição. Houve ligeira concentração de reportagens Econômico-Produtivistas com 35% do espaço, a mesma contribuição de matérias Científico-Ambientais e a diminuição na participação de reportagens relacionadas ao governo, aos movimentos sociais, e, principalmente com abordagens culturais.

A análise prosseguiu buscando-se interpretar as reportagens, realizando uma leitura em maior profundidade e detalhamento. Nesta etapa, a análise empenhou-se em medir as atitudes do locutor – a Revista Veja – em relação aos assuntos sobre os quais falava, assuntos, representados e agrupados pelas 5 categorias. A noção de atitude, baseada nos conhecimentos da psicologia social, forma as diretrizes para o método de asserção avaliativa, criado por Osgood, citado por Bardin (1977). A técnica orienta que a mensagem seja vasculhada a procura de manifestações que expressem tomadas de posição, qualificações, descrições e juízos.

Esse posicionamento foi verificado por meio das unidades delimitadas, ou seja, dos títulos, subtítulos, e legendas das fotografias. Como sugere o método,

para definir e mensurar as atitudes do locutor frente aos assuntos tratados, examinou-se sua direção e sua intensidade. A direção foi observada pelo sentido da opinião nos trechos selecionados e a intensidade dessa atitude pôde ser visualizada pelo número de páginas das reportagens.

Três variáveis foram aplicadas com o objetivo de analisar essa atitude, isto é, se o sentido da opinião presente nos títulos, subtítulos e legendas das fotografias, emitem idéias positivas, negativas ou neutras diante dos objetos categoriais.

Desta forma, as variáveis que determinaram a análise da atitude foram:

**V1 – Favorável:** quando há nos elementos analisados tom de concordância, de aprovação ou valorização.

**V2 – Desfavorável:** quando prevalece nos elementos tom de desaprovação, crítica, ironia.

**V3 - Neutra ou dupla:** quando não foi possível identificar através dos elementos nenhuma das variáveis anteriores ou prevaleceu dupla interpretação.

Os critérios analíticos para qualificação dos trechos selecionados em uma dessas variáveis, seguiram a orientação da técnica de Osgood (citado por Bardin, op cit), segundo a qual, devem ser observados os termos avaliativos que qualificam a atitude, tais como os adjetivos, os substantivos, os verbos declarativos e os conectores verbais. Além disso, a observação das fotografias e infográficos que acompanham cada reportagem, também contribuiu para percepção do sentido da opinião da Revista *Veja*. Apesar deste estudo ter se concentrado nas mensagens textuais, foi necessário considerar as mensagens iconográficas devido à sua importância simbólica e ao seu papel de destaque no jornalismo de revista. Essas imagens complementaram e acentuaram a angulação da reportagem, imprimindo, às vezes, juízos, valores e qualificações que, associadas ao texto, contribuíram para avaliar a atitude da Revista em relação a determinados assuntos. Algumas fotografias e infográficos relacionados às categorias de reportagens são apresentadas a seguir, como mostram as Figuras 1 a 15.

As tabelas e gráficos a seguir indicam as reportagens (por meio dos títulos nas chamadas) e suas respectivas categorias, a análise do sentido e da intensidade da atitude.

**TABELA 3** - Avaliação da atitude da Revista *Veja* segundo – títulos, subtítulos e legendas – referentes às reportagens da categoria Questões de Governo

Categoria: Questões de Governo		Sentido da mensagem			Intensidade	
Reportagem		Favorável	Desfavorável	Neutra/ Dupla	№ págs.	
Cód.	Título					
4A	Faltam fiscais nos parques nacionais		X		2	
8A	A guerra dos ecologistas pró e contra novos parques		X		1	
12A	O “Abril sem lei” do MST*		X		1	
13A	Cresce a tensão no Campo*		X		1,5	
14A	O massacre dos garimpeiros		X		2,5	
15A	O esquema de venda de lotes dos sem-terra*		X		1	
22A	Lula e cultura caipira		X		1	
30A	A retórica em torno da chacina dos sem-terra*		X		1	
5B	A Recuperação das florestas			x	8	
11B	Como o governo ajuda a sustentar o MST*		X		7	
19B	As várias faces da corrupção		X		10	
23B	Confirmado: os políticos venderam a floresta		X		2	
25B	Greve de fome do bispo interrompe obra faraônica de Lula		X		1,5	
26B	Transposição das águas – e das verbas – causa polêmica			X	3	
27B	Porque a febre aftosa voltou*		X		4	
29B	Madeireiras legais sofrem na mão do IBAMA		X		1,5	
TOTAL		№ Págs.	0	37	11	48
		№ Report.	0	14	2	16

(\*) Representa reportagens incluídas em duas categorias

Fotografias e infográficos de reportagens da categoria Questões de Governo



Figura 1 - "Porque a febre aftosa voltou"  
27 B (19/10/2005)

Figura 2 - "Madeiras legais  
sofrem na mão do Ibama"  
29 B (09/11/2005)

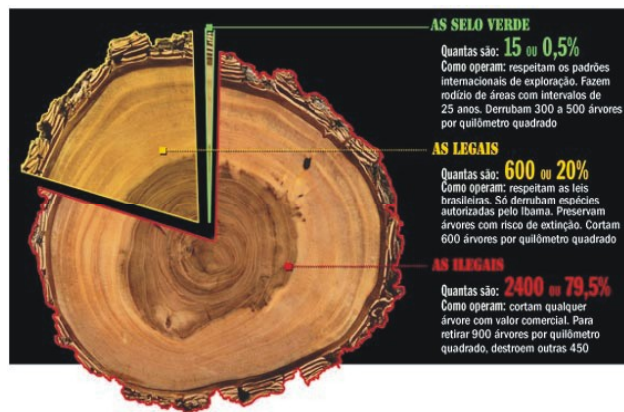
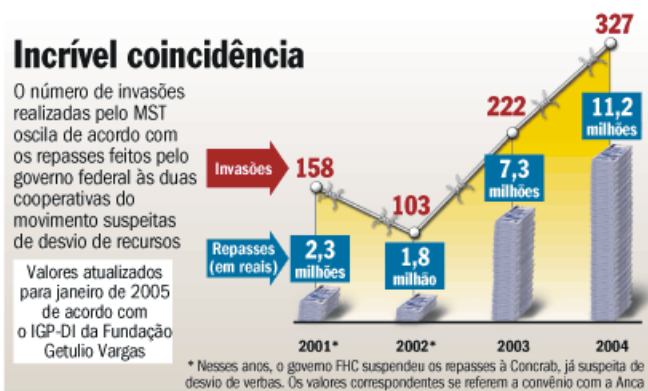


Figura 3 - "Como o governo  
ajuda a sustentar o MST"  
11 B (09/03/2005)

Figura 4 - "Como o governo  
ajuda a sustentar o MST"  
11 B (09/03/2005)



**TABELA 4** - Avaliação da atitude da Revista *Veja* segundo – títulos, subtítulos, boxes e legendas – referentes às reportagens da categoria Ciência e Meio Ambiente

Categoria: Ciência e Meio Ambiente		Sentido da mensagem			Intensidade	
Reportagem		Favorável	Desfavorável	Neutra ou Dupla	№ págs.	
Cód.	Título					
3A	Como, e por que, a Terra está esquentando			X	6	
5A	Uma lei para criar dificuldades			X	0,5	
6A	A presença estrangeira na Amazônia	X			1	
16A	Os agrotóxicos e as frutas			X	0,5	
17A	Sistema mostra desmatamento, mas ninguém coíbe	X			1	
20A	A exploração de madeira submersa no lago de Tucuruí			X	1	
24A	A resistência da mata em teste			X	1	
26A	Site oferece a adoção de árvores na Amazônia			X	1	
28A	A rica biodiversidade da reserva do Tumucumaque	X			2	
29A	Adesão da Rússia faz Protocolo de Kioto decolar			X	3	
32A	Pesquisa demonstra que eles não afetam a natureza	X			2	
7B	O protocolo de Kioto já está valendo			X	6	
10B	O café e a saúde	X			3	
15B	Autorizado o abate de jacarés na Amazônia			X	1	
22B	Fogo destrói a natureza e os pulmões das pessoas			X	1	
24B	O planeta à beira do desastre	X			24	
28B	A devastação da Amazônia é maior do que imaginamos			X	2	
32B	Pesquisa mostra degradação de nosso rios	X			3	
<b>TOTAL</b>		<b>№ Págs.</b>	<b>36</b>	<b>0</b>	<b>23</b>	<b>59</b>
		<b>№ Report.</b>	<b>7</b>	<b>0</b>	<b>11</b>	<b>18</b>

(\*) Representa reportagens incluídas em duas categorias

Fotografias e infográficos de reportagens da categoria  
Ciência e Meio Ambiente



Figura 5 - "Pesquisa mostra que eles [transgênicos] não afetam a natureza"  
32A (08/12/2004)



Figura 6 - "A devastação da Amazônia é maior do que imaginamos"  
28B (29/10/2005)



Figura 7 - "A presença estrangeira na Amazônia"  
6A (11/02/2004)

**TABELA 5** - Avaliação da atitude da Revista *Veja* segundo – títulos, subtítulos, boxes e legendas – referentes às reportagens da categoria Negócios e Produção Agropecuária

Categoria: Negócios e Produção Agropecuária		Sentido da mensagem			Intensidade	
Reportagem		Favorável	Desfavorável	Neutra ou Dupla	Nº de págs.	
Cód.	Título					
2A	A doença da vaca louca e a carne brasileira	X			2	
7A	O CADE anula a compra da Garoto pela Nestlé			X	4	
9A	A Amazônia está sendo comida pelas beiradas		X		10	
10A	A usina brasileira de biodiesel de dendê	X			1	
11A	Brasil, a última fronteira agrícola	X			6	
19A	O ritmo real da recuperação	X			4,5	
21A	Mais soja contaminada do Brasil para a China			X	1,5	
25A	A OMC dá vitória ao Brasil no caso do açúcar	X			4	
27A	A civilização do agronegócio	X			13	
2B	Os novos migrantes e a vida que eles encontraram	X			4	
4B	Chips monitoram criação de avestruzes			X	1	
3B	Estudo do Banco Mundial condena barreiras			X	1	
6B	Morte de missionária como o país*		X		7,5	
9B	O esforço para dar charme à cachaça	X			2	
12B	O agronegócio se alia às ONGs para preservar a Amazônia*	X			2	
14B	Reserva deixa Roraima em pé de guerra*			X	4,5	
17B	Empresários apostam na produção de rosas no Ceará	X			2	
27B	Porque a febre aftosa voltou*		x		4	
30B	A moda dos produtos orgânicos			X	3	
31B	Desmatamento e indústrias ameaçam o Pantanal		x		9	
TOTAL		<b>Nº Págs.</b>	<b>40,5</b>	<b>30,5</b>	<b>15</b>	<b>86</b>
		<b>Nº Report.</b>	10	4	6	20

(\*) Representa reportagens incluídas em duas categorias



Fotografias e infográficos de reportagens da categoria  
Negócios e Produção Agropecuária



Figura 8 - "A civilização do agronegócio"  
27A (29/09/2004)



Figura 9 - "Os novos migrantes e a vida que eles encontram"  
2B (19/01/2005)



Figura 10 - "Brasil, a última fronteira agrícola"  
11A (03/03/2004)



Figura 11 - "A Amazônia está sendo comida pelas beiradas"  
9A (25/02/2004)

**TABELA 6** - Avaliação da atitude da Revista *Veja* segundo – títulos, subtítulos, boxes e legendas – referentes às reportagens da categoria Reforma Agrária e Movimentos Sociais

Categoria: Reforma Agrária e Movimentos Sociais		Sentido da mensagem			Intensidade	
Reportagem		Favorável	Desfavorável	Neutra ou Dupla	Nº de págs.	
Cód.	Título					
12A	O “Abril sem lei” do MST*		X		2	
13A	Cresce a tensão no Campo*		X		1,5	
15A	O esquema de venda de lotes dos sem-terra*		X		1	
18A	Agora o MST invade fazendas produtivas		X		3	
23A	O MST ganha um concorrente		X		3	
30A	A retórica em torno da chacina dos sem-terra*		X		1	
31A	Os militantes urbanos do MST		X		3,5	
6B	Morte de missionária como o país*			X	7,5	
8B	Outro ambientalista morto			X	2	
11B	Como o governo ajuda a sustentar o MST*		X		7	
12B	O agronegócio se alia às ONGs para preservar a Amazônia*	X			2	
13B	Sem-terra invadem o Ministério da Fazenda		x		2,5	
14B	Reserva deixa Roraima em pé de guerra*			X	4,5	
18B	As ligações do MST com o PCC		X		2	
TOTAL		Nº Págs.	2	26,5	14	42,5
		Nº Report.	1	10	3	14

(\*) Representa reportagens incluídas em duas categorias

Fotografias e infográficos de reportagens da categoria  
Reforma Agrária e Movimento Sociais



Figura 12 - "O Abrilem leido MST"  
12A (14/04/2004)



Figura 13 - "Como o governo ajuda a  
sustentaro MST"  
11B (09/03/2004)



Figura 14 - "Como o governo ajuda a  
sustentaro MST"  
11B (09/03/2004)

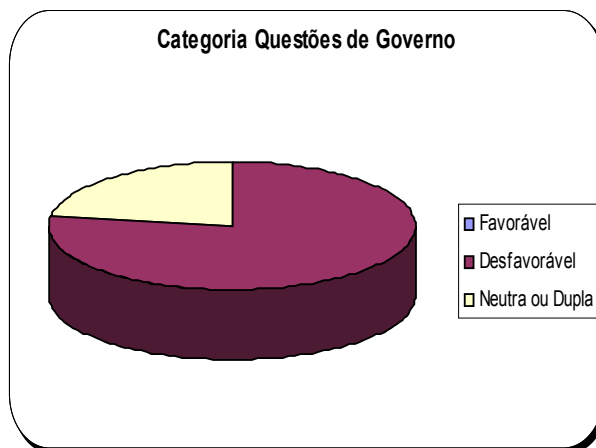


Figura 15 - "Reserva deixa  
Roraima em pé de guerra"  
14B (04/05/2005)

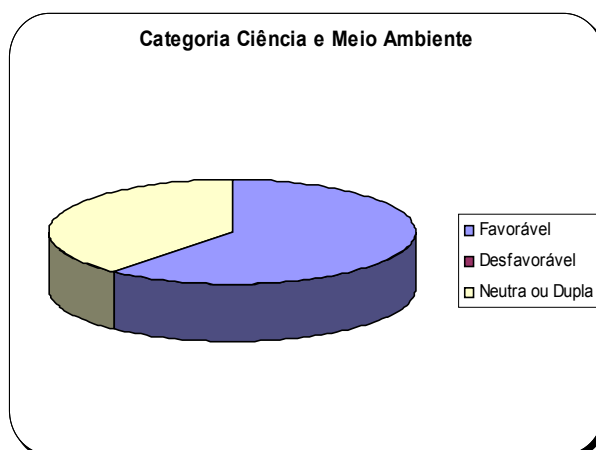
**TABELA 7** - Avaliação da atitude da Revista *Veja* segundo – títulos, subtítulos, boxes e legendas – referentes às reportagens da categoria Cultura

Categoria: Cultura		Sentido da mensagem			Intensidade
Reportagem		Favorável	Desfavorável	Neutra ou Dupla	№ de págs.
Cód.	Título				
16B	Boi rouba a cena em América			X	0,5
20B	Zezé Di Camargo lança filme sobre sua vida			X	2
25B	2 Filhos de Francisco – de Breno Silveira			X	1
TOTAL		№ Págs.	0	0	3,5
		№ Report.	0	0	3

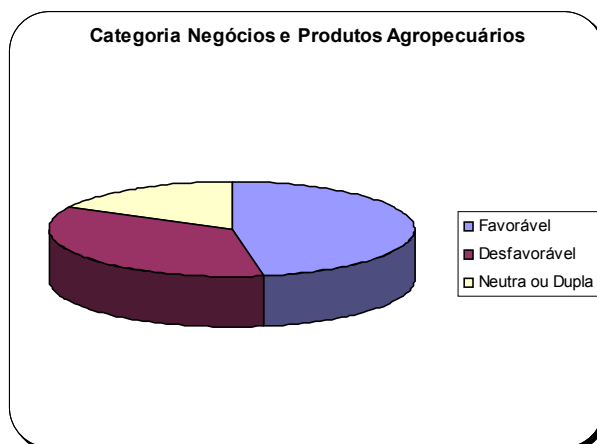
**Gráfico 3** – Representação gráfica da intensidade da atitude (variáveis em relação ao número de páginas) para categoria Questões de Governo



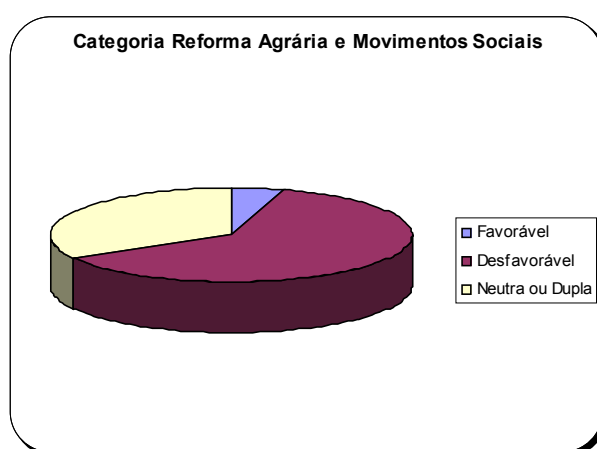
**Gráfico 4** - Representação gráfica da intensidade da atitude (variáveis em relação ao número de páginas) para categoria Ciência e Meio Ambiente



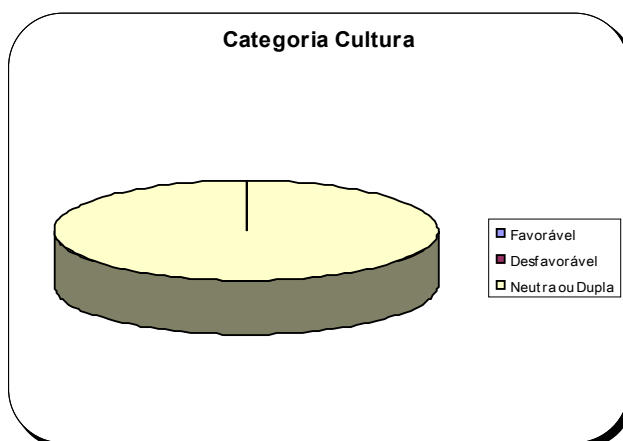
**Gráfico 5** – Representação gráfica da intensidade da atitude (variáveis em relação ao número de páginas) para categoria Negócios e Produção Agropecuária



**Gráfico 6** – Representação gráfica da intensidade (variáveis em relação ao número de páginas) para categoria Reforma Agrária e Movimentos Sociais

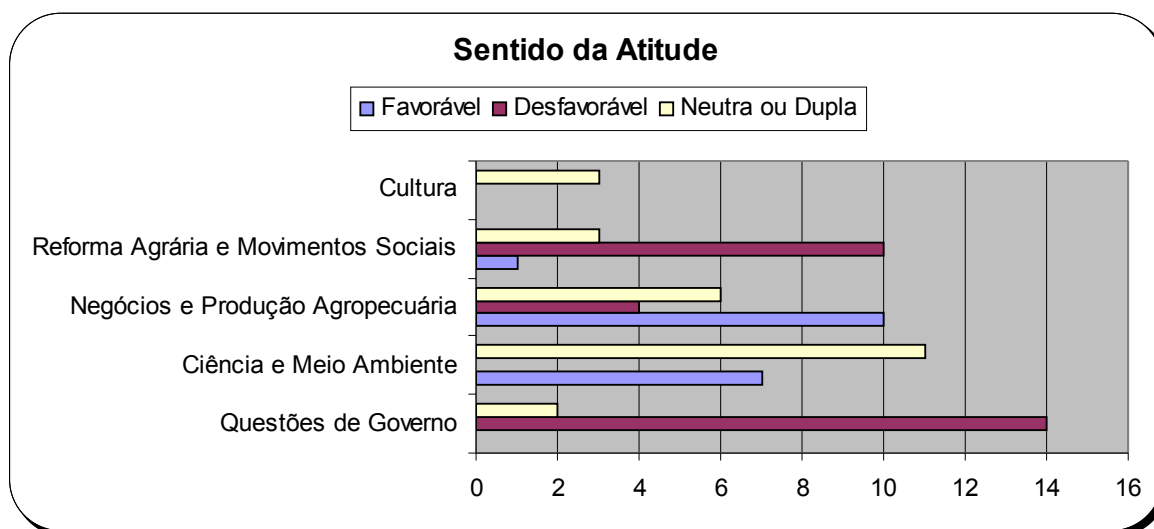


**Gráfico 7** – Representação gráfica da intensidade (variáveis em relação ao número de páginas) para Cultura



O sentido da opinião, ou seja, a atitude da Revista *Veja*, tomando-se as três variáveis elaboradas nesta análise, também pode ser observado relacionando-se, agora, ao número de reportagens, como mostra comparativamente o gráfico a seguir.

**Gráfico 8** - Sentido da atitude segundo número de reportagens por categorias



Apesar desta análise ter se restringido a alguns elementos da reportagem, de certo os mais impactantes e chamativos, é coerente afirmar que eles esboçam a angulação da reportagem como um todo, daí, termos mensurado a intensidade pelo número de páginas.

Manuais de redação de jornalismo chamam a atenção sobre a importância que adquirem, na matéria, os títulos e as legendas, admitindo-os como elementos que ultrapassam a mera descrição. Os títulos devem ser, “ao mesmo tempo, capazes de tornar claro, em poucas palavras e em ordem lógica, o objeto da notícia e de atrair o leitor incitando seu interesse”, e as legendas não devem apenas detalhar a fotografia, mas “salientar todo aspecto relevante e dar informação adicional sobre o contexto em que a foto foi tirada” (Manual de Redação - FOLHA S. PAULO, 2002). São elementos que têm uma função maior. Pesquisas já levantaram a idéia de que os títulos são instrumentos que podem dar sentido conotativo a um enunciado verbal que se pretende denotativo. Marques de Mello (1985) trata os títulos também como elementos de expressão opinativa, à medida que os classifica como mecanismos de “editorialização”, quando a opinião é explícita no título e pode encontrar respaldo ou maior vigor no texto e de “dissimulação”, quando a opinião do título reduz a carga opinativa contida no texto.

Em revistas de informação geral, multitemáticas, como a pesquisada, os títulos são instrumentos valorizados para atrair a atenção do leitor não-segmentado, público alvo deste tipo de publicação. Além disso, o gênero

jornalístico reportagem tem como características o discurso mais abstrato e analítico, formas que propiciam o tom de avaliação e julgamento pré-estabelecido que representam o que se chamou de atitude.

Destas tabelas e gráficos extraídos dos títulos e complementos, elementos de maior poder comunicativo das mensagens, ao lado das fotografias, o rural tratado pela Revista em assuntos relacionados à Questões de Governo e a Reforma Agrária e Movimentos Sociais são os que apresentam maior índice de crítica e desaprovação como as matérias que tratam de conflitos no campo, demarcação de terras indígenas ou que apontam ineficiência do governo em determinados acontecimentos.

*Num acinte à ordem, sem-terra invadem o Ministério da Fazenda e debocham do país, mas até o PT já se dá conta de que o negócio é o agronegócio*  
**Subtítulo de matéria (13B - 20/04/2005)**

*Hackbart: ódio ao progresso*  
**Legenda sob foto de ex-presidente do Incra (30A - 01/12/2004)**

Temas tratados sob o foco Científico-Ambiental não foram apresentados em tons críticos, já que a maior parte dos títulos se prestou a mostrar benefícios de algumas pesquisas ou apenas informar sobre o início de algum projeto. Deve-se a esta última característica das mensagens científicas, a maior incidência de atitudes consideradas neutras.

*Pesquisa inglesa conclui que a diversidade da vida é normal nas lavouras geneticamente modificadas*  
**(Subtítulo de matéria (32A - 08/12/2004)**

Já o rural sob o aspecto dos Negócios e da Produção Agropecuária, foi o que apresentou maior variação de atitude pela Revista. Os aspectos positivos ficam a cargo de temas relacionados principalmente ao agronegócio e novos empreendimentos. No entanto, quando são mostrados como causadores de impactos ambientais, sobretudo na Amazônia, os empreendimentos agrícolas são criticados.

*A madeira chega primeiro, o gado a segue e depois vem a soja. O mais novo processo de destruição da Amazônia ocorreu em Mato Grosso e obedece a uma dinâmica econômica.*  
**Título de infográfico. (9A - 25/02/2004)**

Foram apenas três as matérias com referências Culturais, que limitaram-se a noticiar o lançamento de filme e novela com a temática country ou sertaneja. Em duas matérias não ficaram explícitas valorações pela Revista. E na terceira, mencionando o lançamento de filme sobre a vida de uma dupla sertaneja, houve dupla interpretação, pois a Revista elogia o filme, apesar de caracterizar o estilo musical como brega.

Mesmo que expressa pela linha editorial do veículo de comunicação, a atitude do locutor passa pelo agendamento dos acontecimentos, mas também, pelas próprias regras da linguagem jornalística e do gênero reportagem. Juntos, estes componentes da notícia, mais a legitimação da instituição imprensa podem exercer uma configuração parcial da realidade sobre o leitor pois estão carregados de poder simbólico.

## **6.2 Inferências sobre os interlocutores no conteúdo das reportagens**

Mas haveria ainda outros elementos, implícitos ou explícitos, próprios à linguagem jornalística, capazes de revelar a atitude da Revista, diante do fato reportado? Em busca dessa resposta, aprofundando a pesquisa, recorreu-se, agora, ao corpo das reportagens. Essa é a segunda fase de categorização, em que foram delimitadas como unidades de registro as fontes das reportagens, aqui chamadas de interlocutores.

Como exemplo da forma com que foram identificados os interlocutores, apresenta-se a tabela a seguir, contendo trechos das reportagens onde foram localizados os interlocutores, que estão em destaque



**Tabela 8** – Exemplificação da identificação e seleção dos interlocutores

DATA	Título da reportagem	Trecho com interlocutores em destaque
21/01/2004	Cada vez mais quente	<i>Um grupo de mais de 1.500 <b>cientistas</b>, membros do Painel Intergovernamental sobre Mudança do Clima (em inglês, IPCC), órgão vinculado à <b>ONU</b>, considera haver "fortes evidências" de que a ação humana tem grande responsabilidade sobre as mudanças no clima.</i>
21/01/2004	A Garoto caiu do ninho	<i>"Hoje os nichos mais promissores são os da nutrição e da saúde", diz o austríaco Peter Brabeck-Letmathe, o principal <b>executivo</b> da Nestlé no mundo</i>
03/03/2004	O tamanho do Brasil que põe a mesa	<i>Segundo o <b>IBGE</b>, o agronegócio já representa 30% do PIB e gera quase 40% dos empregos.</i>  <i>Terra parada é prejuízo, terra produzindo é lucro. Quem é louco de não produzir?", diz o <b>presidente da Sociedade Rural Brasileira</b>, João de Almeida Sampaio.</i>
28/04/2004	O esquema dos sem-terra	<i>Xico Graziano, ex-presidente do <b>Instituto Nacional de Colonização e Reforma Agrária (Incra)</b>, calcula que 40% dos lotes distribuídos foram negociados ilegalmente.</i>
09/02/2005	A revolução verde	<i>"Basta deixar a terra em paz que a floresta retoma seu lugar", afirma Roberto Smeraldi, diretor da <b>ONG</b> Amigos da Terra.</i>
02/03/2005	O café e a saúde	<i>A <b>Universidade Harvard</b>, nos Estados Unidos, mostrou que o café diminui o risco de diabetes tipo 2.</i>  <i>A <b>Universidade Federal do Rio de Janeiro</b> acompanhou 100 000 jovens durante dez anos e constatou um número menor de casos de depressão e de dependência química entre os que tomam café regularmente.</i>
20/04/2005	O triunfo do desrespeito	<i>"A decisão de invadir a Fazenda é emblemática porque é um ministério que segura o dinheiro", dizia Bruno Maranhão, líder e fundador do <b>MLST</b>, ao comentar com satisfação o sucesso de sua jornada</i>
19/10/2005	Um tiro no pé	<i>Luiz Vezozzo, um dos <b>donos da fazenda</b> onde surgiu a aftosa, afirma ter se surpreendido com a doença porque vacinou seu rebanho</i>
04/05/2005	Uma guerra sem vencedores	<i>A demarcação é um assunto encerrado", diz o <b>ministro</b> da Justiça, Márcio Thomaz Bastos.</i>

Dessa forma, verificado a quem foram atribuídas informações constituintes das mensagens, ou seja, as fontes de consulta explícitas da Revista, identificou-se mais de 100 interlocutores. Neste processo de filtragem, o critério não foi o simples aparecimento das palavras no texto, mas a indicação de que os órgãos, instituições ou sujeitos foram consultados pela Revista *Veja*.

A presença de interlocutores no texto é uma característica, principalmente, das mensagens do jornalismo informativo, portanto, uma peculiaridade do gênero reportagem, que foi a unidade de análise deste trabalho. Em textos do gênero opinativo, como artigos e colunas assinadas é o jornalista que assume integralmente o papel de locutor.

Os principais interlocutores identificados pela frequência nas reportagens são apresentados na tabela a seguir.

**Tabela 9** – Número absoluto de interlocutores predominantes no corpo das reportagens

<b>Palavras-Chave/Unidades</b>	<b>2004</b>	<b>2005</b>
Banco Mundial	2	1
Biólogo	5	3
Bush	2	2
Cientista	12	7
Donos de terra, de fazenda	5	5
Embrapa	3	4
Economista	2	2
Ecólogo	5	1
Empresa	7	3
Empresário	7	4
Especialista	6	7
Estudiosos	1	2
Fazendeiro	2	3
Governador	3	4
Ibama	4	2
IBGE	6	4
Incra	7	3
Ministro	6	6
Ministério	5	7
MST	6	7
MLST	2	1
ONU	1	2
ONG	3	5
Pesquisador	7	6
Professor	6	3
Sindicalista	1	3
Secretário de Governo	2	1
Universidade	10	11

A etapa seguinte exigiu a reorganização desses elementos buscando a parte em comum entre eles. Uma agregação dos dados brutos em categorias que fornecem uma visão mais clara e representativa do conjunto dos dados.

*“A análise de conteúdo assenta implicitamente na crença de que a categorização (passagem de dados brutos a dados organizados) não introduz desvios (por excesso ou recusa) no material, mas que*

*dá a conhecer índices invisíveis, no nível dos dados brutos”.*  
(BARDIN, 1977:119)

Tomando-se o conjunto de 28 palavras mais freqüentes codificadas, o critério de categorização escolhido foi novamente o semântico, cujos temas ou idéias emitiram um sentido de correspondência. Na construção dessas categorias, atendo-se às peculiaridades do uso das fontes, conforme mencionado anteriormente, como orienta Wolf (2002), percebeu-se que a função dos interlocutores na reportagem está estritamente relacionada ao respaldo que estes conferem à mensagem como um todo. Por mais que confirmam orientação ao jornalista, todas estas fontes representadas por esse inventário de palavras, exercem na verdade, papel de responsabilidade sobre aquilo que o jornalista fala. Transcrever determinadas declarações de informantes autorizados é quase uma blindagem diante de qualquer polêmica resultante.

Estas características tornaram-se nítidas quando foram percebidas as vinculações institucionais e o papel ordenador de uma imagem de mundo exercido por muitas dessas fontes usadas pela Revista. Agrupadas, as unidades de registro constituíram-se em categorias legitimadas e legitimadoras que atuam como instrumentos de conhecimento e compreensão do mundo. Retomando-se o conceito de poder simbólico de Bourdieu, desenvolvido na revisão teórica deste trabalho, ficou evidente por meio dessas categorias um tipo de arranjo institucional interlocutivo.

O quadro a seguir, apresenta as quatro categorias elaboradas a partir do agrupamento de interlocutores presentes nas reportagens.

**Quadro 2 – Categorização das unidades de registro**

Categorias de análise	Unidades de registro
Esfera Governamental	Bush Governador Ibama IBGE Inbra Ministro Ministério Secretário de Governo
Esfera Econômica	Banco Mundial Economista Empresa Empresário Donos de terra, de fazenda Fazendeiro
Esfera Científica	Biólogo Cientista Embrapa Ecólogo Especialista Estudiosos Pesquisador Professor Universidade
De Entidades públicas e movimentos sociais	Sindicalista MST MLST ONU ONG

No segundo momento da análise categorial, buscou-se verificar se também no corpo das mensagens surgiram elementos capazes de deixar transparecer a atitude do locutor, refletindo durante o que chamamos leitura de conteúdo, aquela realizada pelo leitor seduzido pelos títulos ou o interessado pelo assunto tratado nas reportagens. Para realizar essa análise da atitude conforme Osgood (Bardin, *op cit*), foram analisadas as citações, declarações e referências atribuídas aos interlocutores explícitos nas reportagens.

A presença dos chamados interlocutores no texto, revelou-se um aspecto importante porque além de presentes em quase todo texto jornalístico do gênero informativo, eles indicam segundo nossa análise, um reforço ao poder enunciativo das mensagens. Além da carga de legitimação já implícita à própria instituição imprensa, suas mensagens são ainda mais autorizadas ou avalizadas quando sustentadas por outros sujeitos ou instituições também legitimadas. Garantir

dados e expressar opiniões é apenas uma das funções dos interlocutores no conjunto do texto, pois ao ser enquadrada, a citação colocada em evidência, gera maiores possibilidades interpretativas e valorativas sobre a mensagem.

Analisar a atitude por meio das citações e declarações foi uma opção com o objetivo de perceber como esses recursos e instrumentos da linguagem jornalística foram usados pelo locutor, isto é, pela Revista *Veja*. Como apresentado anteriormente, as fontes mais usadas pela *Veja* nas matérias sobre o meio rural foram classificadas em quatro categorias: Governamental, Científica, Econômica e provenientes de Entidades Públicas e Sociais. A análise procedeu-se examinando quantas vezes e de que forma aquelas 28 fontes, os interlocutores, apareceram em cada reportagem<sup>15</sup>.

Até então, a observação sobre as fontes fora feita apenas para registrar quais as mais evidentes nas reportagens como um todo. Agora, nesta etapa, identificou-se entre aquele inventário de palavras-tema selecionadas, quantas vezes aparecerem em cada matéria, em quais categorias de reportagem e de que forma fora utilizada pela Revista. Esta última, quanto ao uso, cujos resultados tendem a ser mais reveladores, foi verificada a partir da interpretação das citações e declarações. Ao analisá-las, buscou-se perceber se sua inclusão nas mensagens denotou concordância ou discordância em relação ao argumento central de cada reportagem. Procurou-se observar se confirmavam e legitimavam o argumento e a abordagem da reportagem ou, se contestaram esse argumento, demonstrando pluralidade de opiniões no contexto da matéria.

De modo geral, a atenção sobre as fontes produziu três variáveis classificatórias:

V1 (A) – **Concordância**: quando o dado apresentado, a estatística, a citação, declaração direta ou indireta reafirma o argumento central da reportagem

V2 (B) – **Contraponto**: quando o dado apresentado, a estatística, a citação, declaração direta ou indireta representa discordância, contestamento ao argumento central da reportagem ou ainda, resposta ou justificativa de um sujeito à crítica feita pela matéria

---

<sup>15</sup> Nesta etapa 10 reportagens foram analisadas separadamente das demais, pois não se encaixaram no critério determinante para a análise: a presença de fontes (alguma das 28 principais) na reportagem. Duas da categoria Negócios e Produção Agropecuária, três da categoria Ciência e Meio Ambiente, duas da categoria Questões de Governo e as três matérias da categoria Cultura.

### V3 (C) – Não foi possível relacionar

As tabelas 10, 11, 12 e 13 (Anexo 2) mostram as reportagens em suas respectivas categorias, a freqüência dos interlocutores também categorizados em cada uma dessas reportagens, além da análise do uso. Nessas tabelas, cada letra (A, B ou C) representa um interlocutor e a variável correspondente a seu uso. Esta classificação permitiu relacionar categorias de reportagens e categorias de fontes. Evidenciou, por exemplo, nas reportagens em que o rural foi tratado sob o enfoque de negócios e produção agropecuária, quais as fontes compuseram este tipo de matéria, se, da categoria econômica, e/ou da categoria estatal, científica, de entidades públicas e sociais. Da mesma forma, esta relação pôde ser feita com as demais categorias de reportagens.

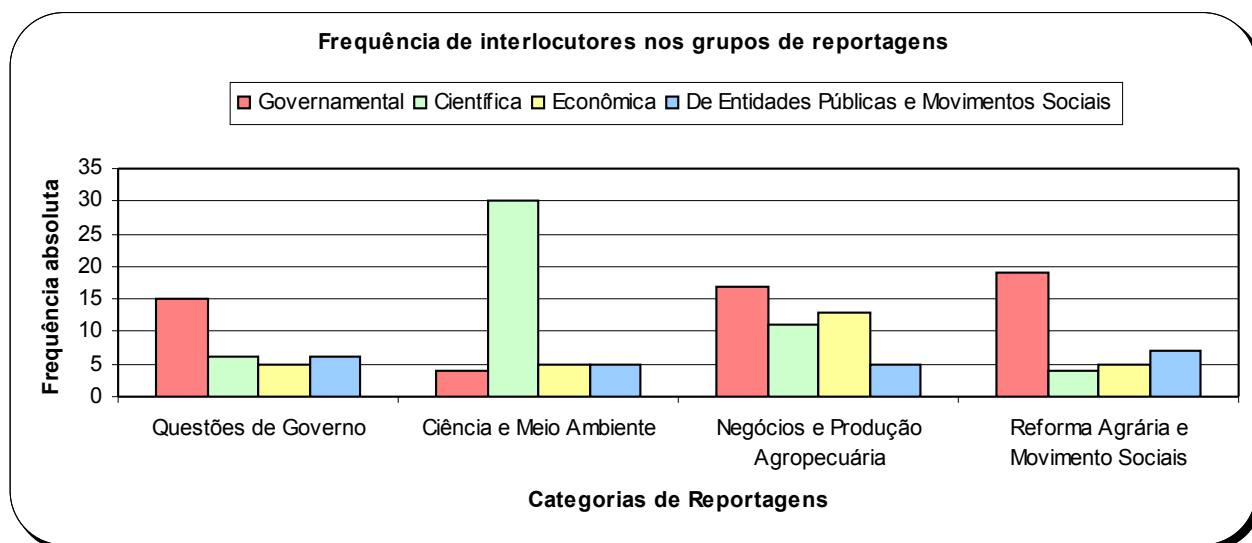
Da tabela e quadros resultantes desta análise podem ser apresentadas algumas interpretações. A Tabela 14 e o Gráfico 9, a seguir, revelam quem fala nas reportagens, quem são os porta-vozes confiados pela Revista e capazes de contribuir para o enriquecimento da matéria

**TABELA 14** – Freqüência de interlocutores (por categorias) nas reportagens (por categorias)

INTERLOCUTORES	REPORTAGENS							
	Questões de Governo		Ciência e Meio Ambiente		Negócios e Produção Agropecuária		Reforma Agrária e Movimento Sociais	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Governamental	15	47%	4	9%	17	37%	19	54%
Científica	6	19%	30	67%	11	24%	4	12%
Econômica	5	15%	5	12%	13	28%	5	14%
Pública e Social	6	19%	5	12%	5	11%	7	20%
TOTAL	32	100%	44	100%	46	100%	35	100%

Fonte: Dados da pesquisa

**Gráfico 9** – Frequência de interlocutores (por categorias) nas reportagens (por categorias)



A primeira constatação é que são os interlocutores da esfera Governamental, os mais utilizados em três categorias de reportagens (Questões de Governo, Negócios e Produção Agropecuária, Reforma Agrária e Movimentos Sociais). Tal uso, pode ser relacionado à posição de oficialidade ocupada por estes sujeitos ou instituições, como mostra Wolf (2002) ao apresentar que estas fontes, por não poderem mentir abertamente ou pelo caráter oficial das declarações, são mais procuradas pelos jornalistas. Um dos fatores que contribuiu para a presença ligeiramente maior de interlocutores estatais na categoria de reportagens Negócios e Produção Agropecuária, deve-se a grande participação de estatísticas do IBGE na composição das matérias com viés econômico que, totalizadas, contemplam o maior número de reportagens e menor distorção quanto ao uso de outros interlocutores. Esta evidência está relacionada à diversidade de temas tratados sob o enfoque de negócios e produção, que vão desde os assuntos econômicos propriamente ditos, como exportações e cadeias produtivas a matérias sobre conflitos sociais ou problemas ambientais, cuja motivação ou causa foi apresentada como por interesses comerciais, obrigando a matéria a ter entre seus interlocutores, cientistas, membros de ONGs, etc.

As reportagens que retratam o rural sob o aspecto da Ciência e Meio Ambiente são as que apresentam menor diversificação, pois elas são predominantemente formadas por interlocutores de mesma categoria. São

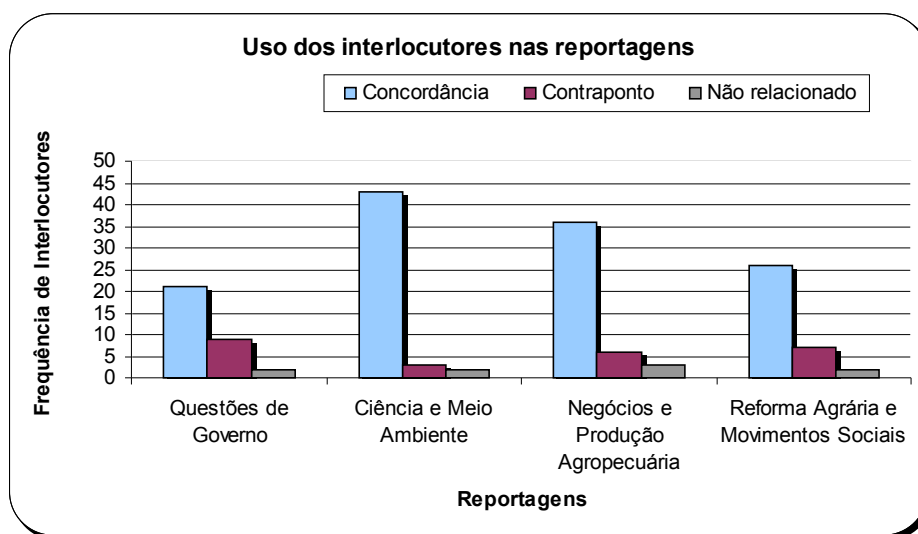
cientistas ou instituições de pesquisa que fundamentam essas reportagens, apresentando-se como fontes de consulta explícita, como únicos interlocutores autorizados ou creditados a falar quando o assunto tratado passa pela ciência. Essa constatação indica a dificuldade dos meios de comunicação em estender o debate científico, especialmente, os ligados a questões ambientais, a outros sujeitos. A menor participação de fontes científicas em reportagens da categoria Reforma Agrária e Movimentos Sociais pode indicar pouca valorização do conhecimento técnico no trato destas questões ou pouca busca por estudos que tratam desses temas.

Sobre os interlocutores nas reportagens da categoria Reforma Agrária e Movimentos Sociais é possível fazer duas inferências. Nestas matérias, a grande maioria relacionada à reforma agrária e ao MST, como se sabe, polêmicas, a maior incidência de interlocutores governamentais indica que a responsabilidade do que é apresentado passa do jornalista para a fonte. Como apresentou a primeira etapa da pesquisa, a Revista tem atitude desfavorável quanto a estas questões. Então, para compor e reafirmar essa atitude, a Revista vale-se de declarações incisivas e majoritariamente críticas, de fontes reconhecidamente autorizadas e legítimas, ligadas ao Incra ou a universidades, por exemplo. Ao mesmo tempo, como mostra Wolf (2002) a inclusão de fontes que não detém qualquer poder só é feita quando suas ações produzem efeitos enquanto moral ou socialmente negativos, questão, que ajuda a entender o aparecimento de 20% de interlocutores ligados à entidades públicas como as ONGS e de movimentos sociais nas matérias relacionadas à Reforma Agrária e Movimentos Sociais.

Em seguida, a interpretação sobre o modo como as citações e declarações foram usadas comprova que os interlocutores são poderosos instrumentos de reafirmação de argumentos empregados pela Revista. Os gráficos a seguir mostram que em todas as categorias de reportagens prevaleceram dados, referências e afirmações condizentes aos argumentos das matérias



**Gráfico 10** – Uso dos interlocutores nas reportagens (por categorias) através das variáveis elaboradas



O gráfico acima evidencia que, poucas vezes, as falas dos interlocutores no texto contestam o argumento central das reportagens. Desviando de sua função no texto, que também é a de contrapor e apresentar opiniões divergentes, os interlocutores são usados, majoritariamente, como elementos de concordância e justificação, seguindo o enfoque destacado pela Revista *Veja*. Isto indica que a *Veja* está fechada à diversidade de opiniões e ao debate das questões que apresenta.

Apesar de as reportagens sobre Negócios e Produção Agropecuária apresentarem maior frequência absoluta de declarações concordantes, são nas matérias da categoria Ciência e Meio Ambiente onde quase não aparecem pontos de vista discordantes. Nessa situação localizada, a demonstração e a reafirmação da ciência enquanto instrumento de poder, e não só de conhecimento e interpretação da realidade. Além disso, mostrou-se a menos vulnerável a questionamentos, inclusive por seus pares, pois foram os cientistas, as principais fontes que sustentaram as matérias.

(A)

*Na Amazônia, os cientistas já descobriram que um ano de seca intensa reduz o crescimento das plantas e as deixa mais vulneráveis ao fogo.*

**(Trecho de citação em matéria cujo argumento são as causas e conseqüências do aquecimento global. 3A - 21/01/2004)**

(A)

Em pessoas de mais de 60 anos, duas xícaras diárias permitem fixar melhor as informações, segundo a **Universidade** do Arizona, nos Estados Unidos

**(Trecho de citação em matéria que aborda os benefícios do café para a saúde. 10B – 02/03/2005)**

Se nas reportagens Científico-Ambientais são os próprios cientistas os encarregados de afirmar ou reafirmar os argumentos, nas matérias relacionadas a Negócios e Produção Agropecuária a mensagem é creditada por sujeitos e instituições de todas as categorias. Empresários, professores, ministros e membros de ONGs são os interlocutores que se destacam nessa avaliação de concordância com a abordagem.

(A)

*Como gosta de lembrar o **ministro** da Agricultura, Roberto Rodrigues, a agricultura moderna é a base de uma cadeia econômica altamente diversificada.*

**(Trecho de citação em matéria que aborda o potencial agrícola brasileiro.11 A -03/03/2004)**

(A)

*Segundo os pesquisadores do **IBGE**, o Brasil tem uma vantagem adicional nessa conta: com áreas agrícolas semelhantes, os Estados Unidos precisam alimentar 290 milhões de pessoas; já o Brasil, só 175 milhões.*

**(Trecho de citação em matéria que aborda o potencial agrícola brasileiro.11A - 03/03/2004)**

(A)

*Para o **empresário** e vice-presidente do Grupo Brascan do Brasil, Renato Cavalini, a aproximação das empresas e das ONGs trará benefício para todos. "Trabalhamos com a vanguarda do ambientalismo", diz Cavalini.*

**(Trecho de declaração em matéria cujo argumento é parceria entre empresar e ONGs pela preservação. 12B - 13/04/2005)**

Apesar da reafirmação dos argumentos se repetir como nas demais categorias, as reportagens que apresentaram assuntos de conflito, contemplados por matérias relacionadas ao governo e ao MST, foram as que mais trouxeram citações de contraponto. Declarações que atuam principalmente como respostas ou justificativas a críticas.

(B)

*Mércio Pereira Gomes, presidente da Funai, e seu chefe, Márcio Thomaz Bastos, **ministro** da Justiça, justificaram o ataque dos índios como um ato de defesa de suas terras.*

**(Trecho de citação em matéria cujo argumento central é a inoperância do governo diante de questões indígenas.14A - 28/04/2004)**

(B)

*"Nossa imagem seria prejudicada se tivéssemos ocupado área produtiva plantada com alimentos, mas eucalipto ninguém come", disse Valmir Assunção, o **líder dos sem-terra** na Bahia.*

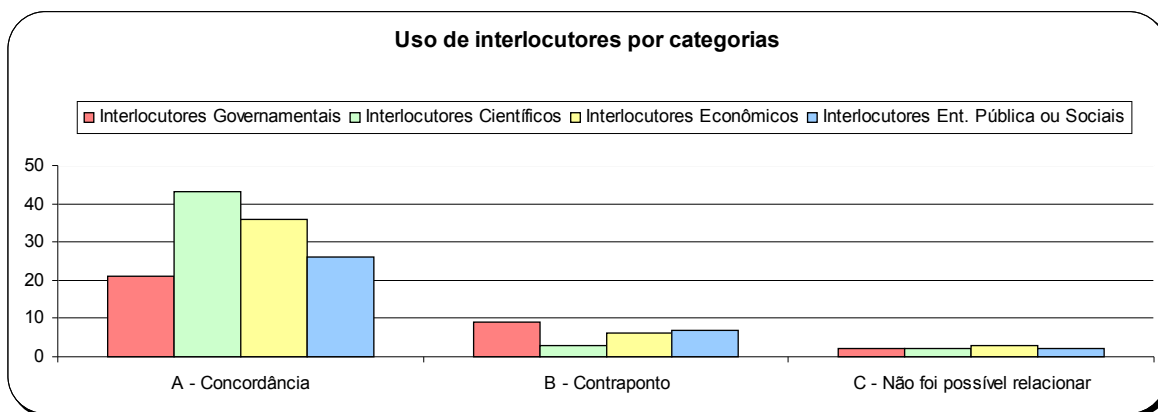
**(Trecho de declaração em matéria que aborda aumento de invasões no campo. 12 A - 14/04/2004)**

(A)

*Segundo cálculo feito pelo **professor** Francisco Graziano, ex-presidente do **Incra** e uma das maiores autoridades no assunto, das 120.000 famílias acampadas apenas a metade vive sob lonas e barracos de madeira.*

**(Trecho de citação em matéria abordando que acampados recebem benefícios, mas já tem moradia . 12 A - 14/04/2004)**

**Gráfico 11 – Uso dos interlocutores por categorias**



O Gráfico 11 possibilita nova visualização sobre os mesmos dados. Ele demonstra quais dentre os tipos de interlocutores são mais utilizados para legitimar ou contrapor os argumentos das matérias. Reafirma-se, portanto, a conclusão de que o meio científico e econômico são grandes provedores de argumentos favoráveis ou concordantes aos da Revista. Na tarefa de apresentar, anunciar os fatos, a Revista utiliza-os para enunciar um ponto de vista, à medida que minimiza em seu texto o papel debatedor ou confrontador dos interlocutores.

Provenientes de instituições autorizadas a falar, na maioria das vezes, esses argumentos tornam-se ainda mais legitimadores, ofuscando como um poder simbólico, a possibilidade do leitor contestar, duvidar ou criticar a informação ou opinião apresentada na Revista.

A análise sobre o uso dos “interlocutores” não pôde ser aplicada a 10 reportagens porque em 4 delas não havia fonte e porque em 6 matérias eram outras fontes, ou seja, nenhuma das 28 mais freqüentes. Apesar disso, observando-se o grupo de reportagens em que apareceram fontes como a Confederação da Agricultura e da Pecuária, a Agência Nacional de Vigilância Sanitária, a Comissão de Valores Mobiliários, não foi alterada a função de concordância dessas fontes nas mensagens.

Chama a atenção uma matéria construída em torno de um personagem, sem que o mesmo fosse ouvido. Ao narrar em tom desfavorável a greve de fome de um bispo contrário à transposição do rio São Francisco, o clérigo não foi uma fonte na reportagem, apesar de haver na matéria indícios de que a Revista enviou jornalista ao local e, principalmente, porque, como aponta Bahia (1990), pessoas envolvidas circunstancialmente com o fato, são consideradas fontes.

Portanto, com desequilíbrio do noticiário sem o contraponto de informações, com a exclusão de fontes em determinadas matérias, com os títulos e legendas de conteúdo valorativo, na Revista Veja, as demarcações entre jornalismo informativo e opinativo tornam-se imperceptíveis, para, provavelmente a grande maioria dos leitores, não atentos ao descumprimento desses princípios do jornalismo.

## 7. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os novos conceitos sobre o rural, as peculiaridades da mediação da realidade através dos meios comunicação de massa e a idéia da valorização da informação enquanto bem simbólico e instrumento para o conhecimento, geram muitas possibilidades interpretativas. A mesma contribuição é dada pela questão da legitimidade da imprensa enquanto locutor autorizado a falar para nós leitores, e, principalmente, pelos resultados das análises, que evidenciaram como também os elementos do jornalismo são capazes de interferir na imagem que fazemos do mundo, aqui, o mundo rural. Após passar por esse conjunto de fatores ao longo da dissertação é possível tecer mais algumas considerações.

Ao tentar apresentar o rural que a imprensa mostra, que a Revista *Veja* mostra, é importante destacar novamente a abrangência que adquire no espaço e no tempo a realidade mediada por este meio técnico. São mais de 3 milhões leitores semanalmente diante de um conteúdo, compartilhado enquanto meio de consulta e de pesquisa estudantil, multiplicando o número de indivíduos que formam ali também a imagem sobre o rural. Imagem que passa a ser difundida, à medida que 87% dos leitores disseram que a *Veja* é instrumento de interação social, fornecendo-lhes informações que compartilham em suas conversas com os outros. Leitores influentes na camada social, como empresários, políticos, acadêmicos, alguns, inclusive, responsáveis pela formulação de políticas públicas, em todas as esferas. Personagens, que, não vivendo o rural, concebem-no também através da mídia.

Enquanto mídia noticiosa em sua tarefa de mediar o rural a milhões de leitores heterogêneos e não especializados na temática rural, a Revista *Veja* permite, por um lado, que estes leitores, sujeitos da sociedade moderna, tenham acesso a informações que ultrapassam sua esfera diária de interações face a face, mas, que, por outro lado, distanciados espacial e temporalmente dos acontecimentos anunciados, tenham percepções sugeridas pela Revista.

Enquanto um bem simbólico, capaz de atribuir diferenciação social a quem a possui, a informação na sociedade contemporânea é um bem: de consumo, fornecido pela mercadoria revista; simbólico e capital, porque possuí-la mostra-se como valor na disputa nos campos de poder.

As orientações a cerca do mundo que *Veja* produz são estabelecidas também porque ela é um meio de “quase interações mediadas”, como dizia Thompson (2005), à medida que o espaço de interação com os leitores é ínfimo diante do universo total da Revista, reduzido a duas páginas na seção de Cartas. A pluralidade também é minimizada no veículo quando as reportagens trazem porta-vozes confiados predominantemente por sua oficialidade, limitando os segmentos não institucionalizados a espaços reduzidos de opinião.

Não foi pretensão da pesquisa tentar visualizar nas reportagens o rural exatamente como o conceito de multifuncionalidade o explica. Além disso, a agricultura familiar, ponto significativo para observar as questões tratadas pela multifuncionalidade, e que representa parcela importante das unidades produtivas brasileira, não foi tema de nenhuma reportagem. Este foi o principal agendamento por omissão detectado na Revista. Debates conceituais também não aparecem entre os critérios de *noticiabilidade* da imprensa. No entanto, a noção de multifuncionalidade foi tomada para apresentar a complexidade e a diversidade do meio rural em funções que ultrapassam a visão agrícola, e que existindo, é tarefa da imprensa apresentá-las.

As análises contrariaram, em certa medida, o pressuposto de que haveria a predominância absoluta de reportagens com o enfoque produtivista. Apesar de ser maior considerando-se o número de reportagens e também o número de páginas, a distorção em relação aos demais grupos, foi menor do que previa no início da pesquisa.

Como apresentado na Introdução desta dissertação, estudos anteriores detectaram a ausência de temas sobre reforma agrária e conflitos sociais no noticiário. Por isso, esta também foi uma pressuposição inicial, que, no entanto, foi contrariada, como mostram os 20% de reportagens relacionadas e esses assuntos. A conclusão é de que também os temas, reforma agrária e o Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem-Terra, fazem parte da agenda jornalística da *Veja*. Além disso, o conflito, é um critério de *noticiabilidade*.

No entanto, é preciso considerar também, assim como o agendamento, os enquadramentos feitos por estas matérias. Este é um ponto muito relevante da pesquisa porque evidencia um dos objetivos iniciais motivadores deste trabalho: verificar elementos implícitos e próprios da linguagem jornalística capazes de interferir na imagem que se faz do meio rural, elementos, que contribuem para uma objetivação distorcida dos fatos porque não são percebidos como autoritários, como mostra Bourdieu. Os *frames*, neste trabalho representado numa primeira etapa por títulos, complementos e fotografias, depois, pelas citações e declarações dos interlocutores, nada mais são do que enquadramentos, que selecionam e destacam aspectos da realidade percebida gerando e potencializando interpretações, avaliações morais e direcionamentos, como realçou Colling. Além disso, a própria seleção de determinadas fontes pode revelar um enquadramento.

A análise destes enquadramentos permitiu ultrapassar a idéia de que a Revista não só determina sobre o que pensar e discutir, chegando à conclusão de que ela também impõe a maneira como devemos pensar sobre aspectos do rural enunciado. Revelados claramente nos títulos atrativos ou subjetivamente nas declarações das fontes, a Revista teceu uma ordenação do meio rural.

O rural que a imprensa mostra é consolidado em sua função de segurança alimentar, ao demonstrar principalmente nas matérias relativas à Negócios e Produção Agropecuária seu papel de provedor de alimentos em quantidade e qualidade. Para isso, apresenta, os grandes empreendimentos agrícolas, o agronegócio como único setor capaz de executar esta função.

Mesmo a Revista Veja, valorizando e superdimensionando a função produtiva, esta não parece se sobrepor, à outra função da agricultura: a de preservação dos recursos naturais e da biodiversidade. Diferentemente do que apresentou Liberal (1990) sobre a ausência de temas sobre meio ambiente, em Veja, a questão ambiental é um tema freqüente e explorado intensamente pela revista em farta cobertura fotográfica, infográfica e reportagens especiais. A aprovação da Revista aos grandes empreendimentos agropecuários, diminui quando estas atividades começam a afetar a biodiversidade, sobretudo a amazônica e pantaneira. Nestas questões, mesmo o agronegócio, alvo de atitude favorável, na maioria dos momentos, é criticado quando matérias destacam, por

exemplo, a expansão das lavouras de soja sobre a floresta e o desmatamento improdutivo.

Aspectos das funções socioeconômica e de identidades culturais no meio rural não são enquadrados. A omissão de matérias referentes à agricultura familiar, principalmente por sua representatividade na realidade rural brasileira, já demonstra a desvinculação destas funções com o meio rural na percepção da Revista. Reportagens potencialmente abertas para a exploração deste aspecto, como as que trataram de assentamentos rurais, limitam-se a apresentar os agricultores da reforma agrária como produtivamente ineficientes, suspeitos de corrupção e agitadores. Além disso, a Revista põe em dúvida a co-existência da reforma agrária e do agronegócio.

Entre todas as reportagens analisadas, chama atenção o modo como prevalece a avaliação negativa da Revista diante das notícias relacionadas à reforma agrária. Agendada, mas desfavoravelmente enquadrada, a reforma agrária englobada pelas categorias Questões de Governo e Reforma Agrária e Movimentos Sociais, recebeu, além do tratamento crítico nos títulos, fotografias e por meio das fontes, ainda mais valorações. Esse tema, contrariando premissas do jornalismo, trouxe para espaços delimitadamente informativos, elementos claramente opinativos, por meio de comentários, críticas e adjetivações impressas ao texto pelo jornalista (ou jornalistas que redigiram o texto) de *Veja*. Em relação a este tema, especificamente, outros estudos poderão analisar comprometimentos e questões ideológicas determinantes para o posicionamento da Revista.

O recorte sobre o meio rural atinge um poder enunciativo muito grande pelas próprias características do meio revista enquanto *mass media*. Como informou Wolf (2002), durante o noticiar dos fatos, sua acumulação e sedimentação são potencializadas quando ocorrem num meio impresso, como *Veja*. Além disso, como apontou o autor, alguns acontecimentos, principalmente aqueles que não fazem parte das experiências diárias dos receptores, adquirem uma importância ainda maior quando tornados notícias, ultrapassando o espaço normalmente dedicado a eles.

Não se trata de maximizar a poder pronunciativo da mídia noticiosa em detrimento da capacidade interpretativa dos leitores, fruto do processo de socialização que estão sujeitos ao longo da vida. Estudos sobre os receptores ou



sobre a formação da opinião pública, poderiam ser feitos para complementar as análises aqui realizadas.

Trata-se de evidenciar a complexidade do processo de mediação a que todos nós estamos sujeitos e algumas de suas peculiaridades, como o poder simbólico que a mídia pode exercer e discutir a construção da realidade, a partir do ordenamento que ela faz a respeito do conhecimento do mundo, quando estabelece posições. Posições como a configurada pelo empresário rural, pelo cientista, enquanto fontes dignas de fala ou, como as merecidas pelo agricultor simples, pelo sem-terra que, desacreditados enquanto interlocutores, são nomeados e desautorizados também como indivíduos dignos de expressão.

São fatores que estão sublinhados pela linguagem jornalística e suas regras de uso das fontes, da reportagem enquanto narrativa propensa a qualificações, da empresa jornalística destinada a vender produtos informativos, da imprensa enquanto instituição legítima e legitimada a mostrar a realidade, a mostrar o rural. Assim, as questões e conclusões reveladas na análise de *Veja*, podem funcionar como lente para observar a imprensa em geral, pois, como mostrou Wolf, devido a semelhanças no processo produtivo da informação, as mensagens tendem a ser muito parecidas em diversos veículos.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ADORNO, Theodor W; HORKHEIMER, Max. **Dialética do esclarecimento**. 3 ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1991

ANJOS, Flávio Sacco dos; CALDAS, Nádia Velleda. **Semântica e formação discursiva: a propósito do debate sobre pluriatividade e multifuncionalidade**. In: Congresso da Sociedade Brasileira de Economia e Sociologia Rural, 34, 2006, Fortaleza. (Publicação Digital - CD Rom)

BAHIA, Juarez. **Jornal, história e técnica**. São Paulo: Ática, 1990

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Rio de Janeiro: Edições 70, 1991.

BARROS FILHO, Clóvis de. **Ética na comunicação**. 4 ed. São Paulo: Summus, 2003.

BERGER, Peter L; LUCKMANN, Thomas. **A construção social da realidade**. 9 ed. Petrópolis: Vozes, 1985.

BOURDIEU, Pierre. **A economia das trocas lingüísticas**. São Paulo: EDUSP, 1996.

\_\_\_\_\_ **A economia das trocas simbólicas**. São Paulo. Perspectiva: 1992

\_\_\_\_\_ **O poder simbólico**. Rio de Janeiro: DIFEL, 1989.

\_\_\_\_\_ **Pierre Bourdieu: sociologia**. Ortiz, Renato (ORG). São Paulo: Ática, 1983

CARNEIRO, Maria José; Maluf, Renato S. **Para além da produção: multifuncionalidade e agricultura familiar**. Rio de Janeiro: MAUAD, 2003

COLLING, Leandro. **Agenda setting e framing: reafirmando os efeitos limitados**. Revista Famecos n.14. Porto Alegre: EDIPUCRS, abril 2001.

CORREA, Thomaz Souto. **Abril, os primeiros 50 anos**. São Paulo: Abril. 2000.

ERBOLATO, Mário. **Deontologia da comunicação social**. Petrópolis: Vozes, 1982.

\_\_\_\_\_ **Técnicas de Codificação em Jornalismo**. 5 ed. São Paulo: Ática, 2004.

HABERMAS, Jürgen. **Mudança estrutural da esfera pública**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1984)

HOHLFLEDT, Antônio. **Os estudos sobre a hipótese do agendamento**. Revista Famecos, n. 7. Porto Alegre: EDIPUCRS, novembro 1997.

KUCINSKI, Bernardo. **A síndrome da antena parabólica**. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 1998

LIBERAL, Edmilson Gonçalves. **O suplemento agrícola em tempo de agribusiness: uma análise**. São Bernardo do Campo, 1999. 119p. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social), Universidade Metodista de São Paulo.

LIPPMANN, Walter. **Public Opinion**. New York: The Macmillan Company, 1961.

MARQUES DE MELO, José. **A opinião no jornalismo brasileiro**. Petrópolis: Vozes, 1985.

McCOMBS, Maxwell; SHAW, Donald. **A evolução da pesquisa sobre o agendamento** in TRAQUINA, Nelson: O poder do jornalismo: análise e textos da teoria do agendamento. Coimbra: Minerva, 2000..

MEDEIROS, Leonilde Servolo. **Reforma agrária no Brasil: história a atualidade da luta pela terra**. São Paulo: Perseu Abramo, 2003

MEDINA, Cremilda. **Notícia, um produto à venda: jornalismo na sociedade Urbana e Industrial**. São Paulo: Summus, 1978.

MENDONÇA, Sônia Regina de. **Ruralismo: agricultura, poder e estado na primeira república**. São Paulo, 1990. Tese de doutorado (Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas), Universidade de São Paulo

MALUF, Renato S. **A multifuncionalidade da agricultura na realidade rural brasileira**. In: CARNEIRO, Maria José; MALUF, Renato S. Para além da produção: multifuncionalidade e agricultura familiar. Rio de Janeiro: MAUAD, 2003

SAPPER, Sadi M. **Revistas de informação para o campo: estudo de “Globo Rural” e “Manchete Rural”**. São Bernarndo do Campo, 1992. 97p. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social), Universidade Metodista de São Paulo.

SCALZO, Marília. **Jornalismo de revista**. São Paulo: Contexto, 2003

SCHNEIDER, Sérgio. **A pluriatividade na agricultura familiar**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2003

SEIXAS, Annick B. G. S. **O rural na Globo: A construção simbólica do Conhecimento Científico e Tecnológico**. Viçosa, 1990. 222 p. Dissertação (Mestrado em Extensão Rural), Universidade Federal de Viçosa.

SILVA, D.O. **Notícia online para o Agronegócio: jornalismo e mediação Institucional** . In: Congresso Brasileiro De Ciências Da Comunicação, 25., 2002, Salvador. Anais... São Paulo: Intercom, 2002 (Publicação Digital)

SOARES, Adriano Campolina. **A multifuncionalidade da agricultura familiar**. Proposta. 2001

SODRE, Muniz. FERRARI, Maria Helena. **Técnica de reportagem – Notas sobre a narrativa jornalística**. São Paulo: Summus, 1986.

THOMPSON. John B. **A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia**. 7 ed. Petrópolis: Vozes, 2005.

TRAQUINA, Nelson. **O estudo do jornalismo no século XX**. São Leopoldo: Unisinos, 2003

\_\_\_\_\_ **O poder do jornalismo: análise e textos da teoria do agendamento**. Coimbra: Minerva, 2000.

WOLF, Mauro. **Teorias da comunicação**. 7 ed. Lisboa, Presença, 2002.

## **ANEXOS**

## ANEXO

1

## Reportagens selecionadas - ano 2004

Cód.	N. Edição	Data	Seção	Chamada no Índice		Chamada Interna com Foto	Pág
2A	1835	7/jan	Economia e Negócios	Exportação	A doença da vaca louca e a carne brasileira		78-79
3A	1837	21/jan	Geral	Ambiente	Como, e por que, a Terra está esquentando		94-99
4A	1838	28/jan	Geral	Ambiente	Faltam fiscais nos parques nacionais (ver)		98-99
5A	1840	11/fev	Brasil	Transgênicos	Uma lei para criar dificuldades		50
6A	1840	11/fev	Geral	Ambiente	A presença estrangeira na Amazônia		79
7A	1840	11/fev	Economia e Negócios	Empresas	O CADE anula a compra da Garoto pela Nestlé	Nestlé: a gigante mundial perde a Garoto.	82-84

8A	1841	18/fev	Geral	Turismo	A guerra dos ecologistas pró e contra novos parques		85	
9A	1842	25/fev	Geral	Ambiente	A Amazônia está sendo comida pelas beiradas	Ativistas picham madeira: Amazônia vigiada.	64-73	<a href="#">O p...</a>
10A	1842	25/fev	Geral	Energia	A usina brasileira de biodiesel de dendê		83	<a href="#">Q</a>
11A	1843	3/mar	Economia e Negócios	Agricultura	<a href="#">Brasil, a última fronteira agrícola</a>	Tecnologia e investimentos: riqueza no campo.	78 – 83	<a href="#">O ta</a>
12A	1849	14/abr	Brasil	Reforma agrária	O “Abril sem lei” do MST		52-53	<a href="#">Q</a>
13A	1850	21/abr	Brasil	Reforma agrária	Cresce a tensão no Campo		48-49	
14A	1851	28/abr	Brasil	Rondônia	O massacre dos garimpeiros	Índio discursa no Congresso Nacional: luta pelas terras.	48-50	
15A	1851	28/abr	Geral	Justiça	O esquema de venda de lotes dos sem-terra		88	<a href="#">C</a>

16A	1852	5/mai	Guia	Alimentos	Os agrotóxicos e as frutas		36	
17A	1854	19/mai	Geral	Amazônia	Sistema mostra desmatamento, mas ninguém coíbe		60	
18A	1856	2/jun	Brasil	Reforma agrária	Agora o MST invade fazendas produtivas		44-46	
19A	1856	2/jun	Economia e Negócios	PIB	O ritmo real da recuperação	A agricultura impulsiona o PIB brasileiro.	106-110	
20A	1857	9/jun	Geral	Meio ambiente	A exploração de madeira submersa no lago de Tucuruí		141	
21A	1857	9/jun	Economia e Negócios	Exportação	Mais soja contaminada do Brasil para a China		136 X 138	
22A	1859	23/jun	Geral	Folclore	Lula e cultura caipira		56	
23A	1865	4/ago	Brasil	Reforma agrária	O MST ganha um concorrente		42-44	
24A	1865	4/ago	Geral	Amazônia	A resistência da mata em teste		148	
25A	1866	11/ago	Economia e Negócios	Comércio	A OMC dá vitória ao Brasil no caso do açúcar		98-101	



26A	1872	22/set	Geral	Ambiente	Site oferece a adoção de árvores na Amazônia		128
27A	1873	29/set	Geral	Especial	A civilização do agronegócio	O agricultor Orlando Polato: riqueza no campo.	88-96
28A	1876	20/out	Geral	Amazônia	A rica biodiversidade da reserva do Tumucumaque		140-141
29A	1880	17/nov	Geral	Ambiente	Adesão da Rússia faz Protocolo de Kioto decolar		112-114
30A	1882	1/dez	Brasil	Reforma agrária	A retórica em torno da chacina dos sem-terra		44
31A	1883	8/dez	Brasil	Reforma agrária	Os militantes urbanos do MST		54-58
32A	1883	8/dez	Geral	Transgênicos	Pesquisa demonstra que eles não afetam a natureza		80

**Reportagens selecionadas - ano 2005**

<b>Cód.</b>	<b>N. Edição</b>	<b>Data</b>	<b>Seção</b>	<b>Chamada no Índice</b>		<b>Chamada Interna com Foto</b>	<b>Pág</b>	
2B	1888	19/jan	Economia e Negócios	População	Os novos migrantes e a vida que eles encontraram		80-83	<a href="#">O</a>
3B	1888	19/jan	Economia e Negócios	Comercio	Estudo do Banco Mundial condena barreiras		84	
4B	1888	19/jan	Geral	Agronegócios	Chips monitoram criação de avestruzes		96	
5B	1891	9/fev	Geral	Ambiente	A recuperação das florestas		84-86	
6B	1893	23/fev	Geral	Especial	Morte de missionária como o país	A missionária Dorothy Stang: sacrifício pela floresta	54-61	
7B	1893	23/fev	Geral	Especial	O protocolo de Kioto já está valendo		62-67	<a href="#">O</a>
8B	1894	2/mar	Brasil	Polícia	Outro ambientalista morto		44-45	

9B	1894	<b>2/mar</b>						
			Geral	Bebida	O esforço para dar charme à cachaça			68-69
10B	1894	<b>2/mar</b>			Verdades e mentiras sobre a bebida As diferenças do descafeinado Onde se toma um bom expresso As supermáquinas para fazer a bebida em casa			102-104
			Guia	Café				
11B	1895	<b>9/mar</b>						
			Brasil	Reforma agrária	Como o governo ajuda a sustentar o MST			42-48
12B	1900	<b>13/abr</b>						
			Geral	Ambiente	O agronegócio se alia às ONGs para preservar a Amazônia			130-131
13B	1901	<b>20/abr</b>						
			Brasil	Reforma agrária	Sem-terra invadem o Ministério da Fazenda			50-52
14B	1903	<b>4/mai</b>						
			Brasil	Índios	Reserva deixa Roraima em pé de guerra			60-64
15B	1903	<b>4/mai</b>						
			Geral	Ambiente	Autorizado o abate de jacarés na Amazônia			114
16B	1903	<b>4/mai</b>						
			Artes e Espetáculos	Televisão	Boi rouba a cena em América			191

17B	1903	<b>4/mai</b>	Geral	Exportação	Empresários apostam na produção de rosas no Ceará		110-111	
18B	1904	<b>11/mai</b>	Geral	Polícia	As ligações do MST com o PCC		106-107	
19B	1908	<b>8/jun</b>	Geral	Especial (capa)	As várias faces da corrupção	Escândalo no Ibama de Mato Grosso envolve três petistas.	118-137	<a href="#">Luta</a>
20B	1916	<b>3/ago</b>	Geral	Showbiz	Zezé Di Camargo lança filme sobre sua vida		94-95	
21B	1918	<b>17/ago</b>	Artes e Espetáculos	Cinema	2 Filhos de Francisco – de Breno Silveira		132	
22B	1920	<b>31/ago</b>	Geral	Ambiente	Fogo destrói a natureza e os pulmões das pessoas		108	
23B	1923	<b>21/set</b>	Geral	Ambiente	Confirmado: os políticos venderam a floresta		106-107	
24B	1926	<b>12/out</b>	Especial		O planeta à beira do desastre O desperdício das águas Os cenários apocalípticos A poluição brasileira: ar, terra e água A resposta dos vírus e bactérias à ação do homem As 7 pragas da Amazônia Pagando para ver o desastre As florestas de proveta	A degradação ambiental: até quando a Terra agüenta?	84-116	

25B	1926	12/out	Brasil	São Francisco	Greve de fome do bispo interrompe obra faraônica de Lula		68-69
26B	1926	12/out	Brasil	São Francisco	Transposição das águas – e das verbas – causa polêmica		70-72
27B	1927	19/out	Economia e Negócios	Agricultura	Porque a febre aftosa voltou		136-139
28B	1928	26/out	Geral	Ambiente	A devastação da Amazônia é maior do que imaginamos		88-89
29B	1930	9/nov	Brasil	Ambiente	Madeireiras legais sofrem na mão do IBAMA		66-67
30B	1932	23/nov	Geral	Alimentos	A moda dos produtos orgânicos		82--84
31B	1935	14/dez	Geral	Ambiente	Desmatamento e indústrias ameaçam o Pantanal		110-120
32B	1935	14/dez	Geral	Ambiente	Pesquisa mostra a degradação de nossos rios		128-130





## ANEXO 2

**TABELA 10** – Análise do uso das fontes nas reportagens da categoria Questões de Governo

Reportagem		Frequência de Interlocutores			
		Estatual	Econômica	Científica	Entidades Públicas e Sociais
4A	Faltam fiscais nos parques nacionais			C	A
8A	A guerra dos ecologistas pró e contra novos parques		A		
12A	O “Abril sem lei” do MST*	B			B
13A	Cresce a tensão no Campo*		A		A
14A	O massacre dos garimpeiros	B – A - A			
15A	O esquema de venda de lotes dos sem-terra*	A – A - C	A		
30A	A retórica em torno da chacina dos sem-terra*				B
5B	A recuperação das florestas	A - A			A - A
11B	Como o governo ajuda a sustentar o MST*	B		A	
19B	As várias faces da corrupção	A - B		A - A	
23B	Confirmado: os políticos venderam a floresta	B	A		
26B	Transposição das águas – e das verbas – causa polêmica			A	
27B	Porque a febre aftosa voltou*	B	B		
29B	Madeireiras legais sofrem na mão do IBAMA	A		A	
<b>TOTAL</b>	21A 9B 2C	<b>8A 6B – 1C</b>	<b>4A – 1B</b>	<b>5A – 1C</b>	<b>4 A – 2B</b>
	32	<b>15</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>6</b>



**TABELA 11** – Análise do uso das fontes nas reportagens da categoria Ciência e Meio Ambiente

Reportagem		Frequência de Interlocutores			
		Governamental	Econômica	Científica	Entidades Públicas e Sociais
3A	Como, e por que, a Terra está esquentando		A	A – A – A A – A – A - A	A
6A	A presença estrangeira na Amazônia			A	A
17A	Sistema mostra desmatamento, mas ninguém coíbe	A			
20A	A exploração de madeira submersa no lago de Tucuruí		C		
24A	A resistência da mata em teste			A – A	
26A	Site oferece a adoção de árvores na Amazônia		A		A
28A	A rica biodiversidade da reserva do Tumucumaque			A – A - A	A
29 A	Adesão da Rússia faz Protocolo de Kioto decolar	B		A - A	
32A	Pesquisa demonstra que eles não afetam a natureza			A - A	
7B	O protocolo de Kioto já está valendo	B		A - A	
10B	O café e a saúde			A – A – A - A	
15B	Autorizado o abate de jacarés na Amazônia			A	
22B	Fogo destrói a natureza e os pulmões das pessoas			A	
24B	O planeta à beira do desastre	A -B	A- A	A –A –A	A
28B	A devastação da Amazônia é maior do que imaginamos			A – A A – A - C	
<b>TOTAL</b>	33 A 1B 2C	<b>2A 3B</b>	<b>4A 1C</b>	<b>32A 1C</b>	<b>5A</b>
	36	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>33</b>	<b>5</b>

**Tabela 12**– Análise do uso das fontes nas Reportagens da Categoria Econômica

Reportagem		Frequência de Interlocutores			
		Estatal	Econômica	Científica	Entidades Públicas e Sociais
7A	O CADE anula a compra da Garoto pela Nestlé		A - C		
9A	A Amazônia está sendo comida pelas beiradas			A - B	A
10A	A usina brasileira de biodiesel de dendê		A		
11 A	<a href="#">Brasil, a última fronteira agrícola</a>	A - A - A		A	B
19A	O ritmo real da recuperação	A - A A - B			
21A	Mais soja contaminada do Brasil para a China		A		
25A	A OMC dá vitória ao Brasil no caso do açúcar	A			
27A	A civilização do agronegócio	A	A	A - A	
2B	Os novos migrantes e a vida que eles encontraram	A	A		A
3B	Estudo do Banco Mundial condena barreiras	A			
6B	Morte de missionária como o país*	A - A	A	A	
9B	O esforço para dar charme à cachaça		A - A		
12B	O agronegócio se alia às ONGs para preservar a Amazônia*		A		A
14B	Reserva deixa Roraima em pé de guerra*	A - B	A		
17B	Empresários apostam na produção de rosas no Ceará		A		
27B	Porque a febre aftosa voltou*	B	B		
30B	A moda dos produtos orgânicos*	C		A - A	
31B	Desmatamento e indústrias ameaçam o Pantanal			A - A - B	C
TOTAL	36 A 7B 3C	<b>13A 3B 1C</b>	<b>11A 1B 1C</b>	<b>9 A 2B</b>	<b>3A 1B 1C</b>
	46	<b>17</b>	<b>13</b>	<b>11</b>	<b>5</b>

**Tabela 13** – Análise do uso das fontes nas Reportagens da Categoria Entidades Públicas e Sociais

Reportagem		Frequência de Interlocutores			
		Estatal	Econômica	Científica	Entidades Públicas e Sociais
12A	O "Abril sem lei" do MST*	B			B
13A	Cresce a tensão no Campo*		A		A
15A	O esquema de venda de lotes dos sem-terra*	A – A - C		A	
18A	Agora o MST invade fazendas produtivas	A – A A - B	A		
23A	O MST ganha um concorrente	A – A - A		A	B
30A	A retórica em torno da chacina dos sem-terra*				B
31A	Os militantes urbanos do MST	A	A		
6B	Morte de missionária como o país*	A - A	A	A	
8B	Outro ambientalista morto	C			A
11B	Como o governo ajuda a sustentar o MST*	B		A	
12B	O agronegócio se alia às ONGs para preservar a Amazônia*	A			A
13B	Sem-terra invadem o Ministério da Fazenda				B
14B	Reserva deixa Roraima em pé de guerra*	A - B	A		
18B	As ligações do MST com o PCC	A			
TOTAL	26A 7B 2C	<b>14 A 3B 2C</b>	<b>5 A</b>	<b>4A</b>	<b>3 A 4B</b>
	35	<b>19</b>	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>7</b>

# Livros Grátis

( <http://www.livrosgratis.com.br> )

Milhares de Livros para Download:

[Baixar livros de Administração](#)

[Baixar livros de Agronomia](#)

[Baixar livros de Arquitetura](#)

[Baixar livros de Artes](#)

[Baixar livros de Astronomia](#)

[Baixar livros de Biologia Geral](#)

[Baixar livros de Ciência da Computação](#)

[Baixar livros de Ciência da Informação](#)

[Baixar livros de Ciência Política](#)

[Baixar livros de Ciências da Saúde](#)

[Baixar livros de Comunicação](#)

[Baixar livros do Conselho Nacional de Educação - CNE](#)

[Baixar livros de Defesa civil](#)

[Baixar livros de Direito](#)

[Baixar livros de Direitos humanos](#)

[Baixar livros de Economia](#)

[Baixar livros de Economia Doméstica](#)

[Baixar livros de Educação](#)

[Baixar livros de Educação - Trânsito](#)

[Baixar livros de Educação Física](#)

[Baixar livros de Engenharia Aeroespacial](#)

[Baixar livros de Farmácia](#)

[Baixar livros de Filosofia](#)

[Baixar livros de Física](#)

[Baixar livros de Geociências](#)

[Baixar livros de Geografia](#)

[Baixar livros de História](#)

[Baixar livros de Línguas](#)

[Baixar livros de Literatura](#)  
[Baixar livros de Literatura de Cordel](#)  
[Baixar livros de Literatura Infantil](#)  
[Baixar livros de Matemática](#)  
[Baixar livros de Medicina](#)  
[Baixar livros de Medicina Veterinária](#)  
[Baixar livros de Meio Ambiente](#)  
[Baixar livros de Meteorologia](#)  
[Baixar Monografias e TCC](#)  
[Baixar livros Multidisciplinar](#)  
[Baixar livros de Música](#)  
[Baixar livros de Psicologia](#)  
[Baixar livros de Química](#)  
[Baixar livros de Saúde Coletiva](#)  
[Baixar livros de Serviço Social](#)  
[Baixar livros de Sociologia](#)  
[Baixar livros de Teologia](#)  
[Baixar livros de Trabalho](#)  
[Baixar livros de Turismo](#)