

## **A responsabilidade social do Jornalismo e suas implicações na cobertura da reforma do Código Florestal Brasileiro<sup>1</sup>**

Bárbara Cunha FERRAGINI<sup>2</sup>  
Greicy Mara FRANÇA<sup>3</sup>  
Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS)

### **Resumo**

O artigo busca refletir sobre a responsabilidade social do jornalismo na cobertura de temas complexos e polêmicos como a reforma do Código Florestal Brasileiro. Diante das possíveis implicações do código em disputa, tanto para o meio ambiente quanto para a produção agrícola, conforme os discursos de seus principais defensores e opositores, tem-se que é relevante investigar como a mídia tem apresentado este debate político, que poderá ser um marco no compromisso com a criação de um modelo de desenvolvimento que possa garantir a qualidade de vida hoje e no futuro. Nesse sentido, suscita questões sobre a referida cobertura midiática, a partir de dados levantados à nível nacional e local<sup>4</sup>.

### **Palavras-chave**

Responsabilidade social; mídia; jornalismo; ética; reforma do código florestal

### **Introdução**

O termo responsabilidade social tem sido utilizado com frequência para designar ações por parte de empresas e corporações para a sociedade, no sentido de minimizar ou auxiliar no combate a problemas sociais. São contribuições em prol da educação, meio ambiente, saúde; atitudes que demonstrem que a empresa se preocupa com seu entorno, que além de visar o lucro<sup>5</sup>, deseja contribuir para o desenvolvimento sustentável e com a qualidade de vida da população.

---

<sup>1</sup>Trabalho apresentado no GP Teorias do Jornalismo, XII Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Mestranda em Comunicação na UFMS, bolsista Capes, Grupo de Pesquisa Mídias Ambientais e Divulgação Científica CNPq/UFMS, email: [barbaracFerragini@gmail.com](mailto:barbaracFerragini@gmail.com)

<sup>3</sup> Docente no curso de Mestrado em Comunicação na UFMS, líder no Grupo de Pesquisa Mídias Ambientais e Divulgação Científica CNPq/UFMS, email: [greicymara@hotmail.com](mailto:greicymara@hotmail.com)

<sup>4</sup> O artigo é parte do projeto de mestrado da autora, que busca analisar como a mídia impressa sul-mato-grossense apresentou o debate sobre a reforma do Código Florestal Brasileiro. Neste sentido, a reflexão sobre a responsabilidade social da mídia é de extrema relevância para a compreensão do assunto.

<sup>5</sup> No Brasil o termo responsabilidade social tem sido muito utilizado para ações de marketing social (KOTLER apud SANTA CRUZ, 2006), o que resultaria em vantagem competitiva para empresas.

Incorporar esse papel à gestão de organizações é um fenômeno de mercado recente, que advém da globalização. Os estudos iniciais datam da década de 50 nos Estados Unidos e na Europa nos anos 60, muito embora “sua origem esteja associada à filosofia utilitarista que surge na Inglaterra e nos Estados Unidos no século XIX, de certa forma derivada das ideias de Jeremy Bentham (1784-1832) e John Stuart Mill (1806-1873)”, como apresenta Lima (2009)<sup>6</sup>.

A partir da década de 50, o conceito passa a ser vinculado também à imprensa, e mais precisamente às corporações jornalísticas. É a partir da Teoria da Responsabilidade Social no Jornalismo que são criadas diretrizes que vão “[...] orientar a atividade jornalística de forma a melhorar a qualidade da produção noticiosa e separá-la da necessidade de gerar lucros” (PEREIRA, 2004, p.6). O pesquisador destaca que o conceito de responsabilidade social, por sua vez, está diretamente ligado ao ideal de objetividade na profissão, que fez com que o jornalista tivesse a imagem de “mediador neutro, distante (e superior) aos jogos de interesse da sociedade”. É esse ideal ou mito que marca a transição entre o jornalismo panfletário do século XIX para o ‘jornalismo profissional’.

Neste contexto, observamos que com a profissionalização da atividade jornalística foram criadas diretrizes e princípios para que a produção noticiosa fosse de qualidade, acessível, democrática e acima de tudo, comprometida com o interesse público<sup>7</sup>. No entanto, com o aprofundamento do caráter empresarial da imprensa, outros interesses entraram em jogo e, muitas vezes, o interesse público e a veracidade dos fatos ficam em segundo plano, o que tem suscitado críticas quanto ao real cumprimento das funções e responsabilidades que a mídia deveria ter com a sociedade.

Nesse artigo, uma breve reflexão sobre as fases do jornalismo, suas principais características nos ajuda a compreender como a responsabilidade social está ligada à profissão, principalmente na veiculação de temas complexos e polêmicos como a reforma do Código Florestal Brasileira, de grande interesse público. Também levanta questões de como está sendo feita a cobertura do tema pela grande mídia, a nível nacional e local.

### **Concepções e responsabilidades do jornalismo**

---

<sup>6</sup> “A responsabilidade social se baseia na crença individualista de que qualquer um que goze de liberdade tem certas obrigações para com a sociedade, daí seu caráter normativo” (LIMA, 2009).

<sup>7</sup> O Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros, em seu parágrafo primeiro, sublinha a função primária do jornalismo que é a de informar e de tornar a informação, de interesse público, acessível, uma vez que este é um direito fundamental do cidadão brasileiro. Documento eletrônico disponível em [http://www.fenaj.org.br/federacao/cometica/codigo\\_de\\_etica\\_dos\\_jornalistas\\_brasileiros.pdf](http://www.fenaj.org.br/federacao/cometica/codigo_de_etica_dos_jornalistas_brasileiros.pdf)> Acesso no dia 10/05/2012.

Considerada uma profissão de difícil definição, o jornalismo já passou por diversas fases ao longo dos séculos (pré-industrial, industrial, pós-industrial) e envolveu distintas concepções que vão desde o mito heroico, no século XIX, marcado por um ideário romântico; adquiriu caráter empresarial na fase industrial e, ainda hoje, embora muito tenha sofrido transformações em termos de tecnologias e meios de produção jornalística, tem-se uma discussão, que continua atual, sobre os princípios e responsabilidades dessa atividade, que nasceu com o ideal de comprometimento com a sociedade e com a função de informá-la sobre os fatos, em detrimento de interesses particulares e do poder.

A história aponta que a concepção romântica da imprensa como ‘quarto poder’ está vinculada ao processo de profissionalização da atividade jornalística<sup>8</sup>, no início do século XX, quando sua tarefa é servir ao cidadão e prezar pelo que é de interesse público. Neveu (apud PEREIRA, 2004, p.4) lembra que é após a Primeira Guerra Mundial, na França, que será destinado à imprensa “o direito e a responsabilidade de fiscalizar as instituições políticas em nome da sociedade francesa”.

Com as transformações causadas pela revolução industrial na sociedade e também na imprensa, sentiu-se a necessidade de criar diretrizes para melhorar a qualidade da produção de notícias e separá-la da função de gerar lucros. Nesse contexto, surge nos Estados Unidos, nos anos 50, a Teoria da Responsabilidade Social<sup>9</sup>, encabeçada pela Comissão para a Liberdade de Imprensa (Hutchins Commission), como uma resposta à crescente concentração empresarial do setor. Sobre a teoria, Lima (2009) esclarece:

Na sua aplicação à mídia, é uma evolução de outra teoria da imprensa – a teoria libertária – que não tinha como referência a garantia de um fluxo de informação em nome do interesse público. A teoria da responsabilidade social, ao contrário, aceita que a mídia deve servir ao sistema econômico e buscar a obtenção do lucro, mas subordina essas funções à promoção do processo democrático e a informação do público (o público tem o direito de saber)<sup>10</sup>.

---

<sup>8</sup> No Brasil, a profissionalização da atividade é mais tardia, tem início no Estado Novo e é concluída em 1969, com a aprovação da Lei de Imprensa.

<sup>9</sup> A Teoria foi resultado da publicação ‘A free and responsible press’, em 27 de março de 1947, nos Estados Unidos. Esperava-se “legitimar o sistema de mercado e sustentar o argumento de que a liberdade de imprensa das empresas de mídia é uma extensão da liberdade de expressão individual” (LIMA, 2009).

<sup>10</sup> Extraído de documento eletrônico. Disponível em:  
<[http://www.cartamaior.com.br/templates/colunaMostrar.cfm?coluna\\_id=4226](http://www.cartamaior.com.br/templates/colunaMostrar.cfm?coluna_id=4226)> Acesso no dia 10/05/2012.

Após a década de 70, o jornalismo se volta exclusivamente para os interesses de mercado, o que implicou, muitas vezes, em relegar a segundo plano um de seus maiores princípios, o compromisso com o interesse público. As transformações que levaram a um excesso no caráter mercantil da imprensa não causaram alterações apenas no jornalismo, mas na estrutura social como um todo.

De acordo com Pereira (2004, p. 9), baseado em Daniel Hallin (1996); Allain Accardo (1998); Ciro Marcondes Filho (2000), Bill Kovach e Tom Rosenstiel (2003), entre outros, alguns fatores foram responsáveis por tais mudanças, entre eles, o autor destaca:

- Mudanças na estrutura das empresas de comunicação, que levaram a uma submissão da produção jornalística à lógica de exploração do sistema capitalista. Isso teria alterado a pauta jornalística, dando preferência à cobertura de assuntos mais lucrativos, com maior potencial de vendas. A informação passa a ser tratada como mercadoria, sujeita não mais à veracidade, à ética, ou à eficácia cívica, mas às leis de mercado, como a oferta e demanda. Essa lógica comercial nas redações não só reduziu os custos na produção das notícias, mas resultou na maior precariedade do mercado de trabalho.

- Declínio do ideal da objetividade, que começa a ser questionado no início do século XX pela filosofia e ciências naturais e mais tarde pelas teorias construcionistas<sup>11</sup>. Pereira (2004) acredita que isso tenha ocorrido também pela necessidade de buscar leitores mais jovens por meio da produção de notícias em formatos mais atrativos.

Desse modo, percebemos que o modelo de responsabilidade social não conseguiu ser permanente e tampouco obteve êxito por muito tempo nas práticas profissionais. O autor atribui a fatores político-culturais, além das mudanças estruturais nas empresas jornalísticas a tendência de um jornalismo que atende com prioridade às leis de mercado, cujo interesse central é o lucro.

### **Prática, princípios e diretrizes**

Colocada em xeque a ideia de total objetividade, falar sobre a mídia e a responsabilidade social que lhe cabe torna-se mais relevante, uma vez que “[...] é na interpretação dos acontecimentos presentes, ou seja, da notícia, que se funda a opinião pública”, como já

---

<sup>11</sup> Para os teóricos construcionistas, a realidade é construída e objetivada socialmente. Portanto, as notícias não seriam um retrato fiel da realidade, mas construída a partir da interpretação do jornalista.

dizia, nos anos 70 o jornalista e pesquisador Robert Park (apud STEINBERG, 1966, p. 176).

Essa influência dos meios de comunicação na construção social da realidade do cidadão pode ser percebida sob vários aspectos, tal como pela função do *agenda-setting*<sup>12</sup>, hipótese dos efeitos sociais da mídia que passou a ser considerada em 1972, por Mc Combs e Donald Shaw, a qual compreende que a mídia tem a capacidade de projetar acontecimentos na opinião pública.

A presença da mídia na vida das pessoas é tão intensa e sua dependência é cada vez maior. Silverstone (2002, p.13), que se dedicou a estudar este fenômeno, afirma que ela faz parte do cotidiano das pessoas e que a relação com ela passou a ser como ‘experiências’, uma vez que esta “contribui para nossa capacidade de compreender o mundo, de produzir e partilhar seus significados”.

Por isso, em vários momentos da história, houve a necessidade de se criar normas e regulamentos para os meios de comunicação. No que se refere à atividade jornalística, foram criadas diretrizes para que sempre cumprisse sua função, que “em algumas sociedades democráticas se assemelharia em alguns pontos ao papel do educador, responsável por impor uma certa claridade ao caos dos acontecimentos” (NEVEU apud PEREIRA, 2004, p.6).

Entre as publicações a respeito, destacamos o texto Princípios Internacionais da Ética Profissional no Jornalismo, elaborado em 1980, após vários debates promovidos pela Unesco e subscrito por várias organizações internacionais de jornalistas, incluindo a Associação Brasileira de Imprensa (ABI). O princípio III do documento reforça a responsabilidade social do jornalista na divulgação de informações ao público:

Informação em jornalismo é compreendida como bem social e não como uma comodidade, o que significa que os jornalistas não estão isentos de responsabilidade em relação à informação transmitida e isso vale não só para aqueles que estão controlando a mídia, mas em última instância para o grande público, incluindo vários interesses sociais. A responsabilidade social do jornalista requer que ele ou ela agirão debaixo de todas as circunstâncias em conformidade com uma consciência ética pessoal (ABI apud IJUIM, 2009, p. 2).

---

<sup>12</sup> “É a hipótese segundo a qual a mídia, pela seleção, disposição e incidência de suas notícias, vem determinar os temas sobre os quais o público falará e discutirá” (BARROS FILHO, 2001, p. 169).

O Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros, também destacado pelo autor, explicita em seu 2º artigo a responsabilidade social do jornalismo, que está intimamente ligada à ética pessoal do profissional e a liberdade de imprensa:

Como o acesso à informação de relevante interesse público é um direito fundamental, os jornalistas não podem admitir que ele seja impedido por nenhum tipo de interesse, razão por que: [...] III - a liberdade de imprensa, direito e pressuposto do exercício do jornalismo, implica compromisso com a responsabilidade social inerente à profissão (CÓDIGO apud IJUIM, 2009, p. 2).

Em relação à ética no Jornalismo, é evidente que esta vai além da seriedade e responsabilidade na apuração dos fatos e redação do texto. Trata-se também da postura pessoal do repórter, sua conduta e seus valores, que podem influenciar sobremaneira o trabalho seu profissional.

No jornalismo, a ética é mais que rótulo, que acessório. No exercício cotidiano da cobertura dos fatos que interessam à sociedade, a conduta ética se mistura com a própria qualidade técnica de produção do trabalho. Repórteres, redatores e editores precisam dominar equipamentos e linguagens, mas não devem se descolar de seus comprometimentos e valores (CHRISTOFOLETTI, 2008, p.11).

Bill Kovach e Tom Rosenstiel destacam em ‘Elementos do Jornalismo’ (2003) o ‘espírito de missão’ da atividade, bem como a necessidade de que o trabalho jornalístico seja guiado pela responsabilidade social.

A primeira obrigação do jornalismo é a verdade. 2. Sua primeira lealdade é com os cidadãos. 3. Sua essência é a disciplina da verificação. 4. Seus profissionais devem ser independentes dos acontecimentos e das pessoas sobre as que informam. 5. Deve servir como um vigilante independente do poder. 6. Deve outorgar um lugar de respeito às críticas públicas e ao compromisso. 7. Tem de se esforçar para transformar o importante em algo interessante e oportuno. 8. Deve acompanhar as notícias tanto de forma exaustiva como proporcionada. 9. Seus profissionais devem ter direito de exercer o que lhes diz a consciência (KOVACH & ROSENSTIEL apud PEREIRA, 2003, p.4).

Diante dessas diretrizes e orientações sob as quais o Jornalismo deveria atuar, temos algumas indagações em relação à cobertura de assuntos complexos e polêmicos como a reforma do Código Florestal Brasileiro, que se tornou um dos mais contenciosos temas em

debate na sociedade brasileira, segundo especialistas da ESALQ/USP<sup>13</sup>. Daí o desafio imposto aos meios de comunicação, que devem atuar de forma livre e responsável, apresentando os diversos argumentos e interesses presentes nesse embate, de modo a contribuir para o esclarecimento da população.

Temos vários questionamentos a respeito de como tem sido feita a cobertura midiática desse tema em específico. Contudo, por se tratar de um artigo, não será nossa intenção, nesse momento, responder e esgotar todos os nossos questionamentos. De maneira sucinta, buscamos refletir sobre a responsabilidade social do jornalista a partir de um panorama nacional da cobertura midiática sobre a reforma do Código Florestal Brasileiro, obtido por meio de cruzamento de pesquisas realizadas, principalmente da ANDI e ESALQ/USP. Situamos também a situação da cobertura local, resultado das primeiras coletas realizadas pela pesquisa de mestrado, no jornal impresso de maior circulação de Mato Grosso do Sul, o Correio do Estado.

Sendo assim, nosso objetivo é compreender como a mídia tem trabalhado esse assunto para compreender de que forma esta cumprindo seu papel social, principalmente frente às possíveis implicações do Código em disputa, tanto para o meio ambiente quanto para a produção agrícola.

### **Apontamentos sobre o Código Florestal Brasileiro**

Após permanecer arquivado por doze anos na Câmara Federal, apenas em 2011 o Projeto de Lei nº 1876/99<sup>14</sup>, que altera a regras sobre Áreas de Preservação Permanente (APPs), Reserva Legal (RL), exploração florestal, entre outros, ganhou espaço na mídia com o advento da substituição e de alterações profundas do conteúdo proposto inicialmente.

O relatório do projeto que altera o atual Código Florestal foi apresentado por Aldo Rebelo no dia 8 de junho de 2010. Após indas e vindas, nos primeiros meses de 2011, a Câmara dos Deputados iniciou uma série de debates da proposta da reforma do Código Florestal e, após intensas negociações, no dia 24 de maio, o texto-base do então deputado federal Aldo Rebelo (PCdoB-SP), hoje, atual ministro do Esporte, foi aprovado com 410 votos a favor,

---

<sup>13</sup> Os pesquisadores do Instituto de Estudos do Comércio de Negociações Internacionais (Icône), André Meloni Nassar e da Rede de Conhecimento do Agro Brasileiro (RedeAgro), Laura Barcellos Antoniazzi, escreveram artigo sobre o assunto para a revista Visão Agrícola da Esalq/USP – ano 7, jan/abr 2012.

<sup>14</sup> Esse projeto de lei, apresentado em 19 de outubro de 1999, revoga a Lei nº 4.771, de 1965, referente ao Código Florestal e também altera a Lei nº 9.605, de 1998, sobre as “sanções penais e administrativas derivadas de condutas e atividades lesivas ao meio ambiente”. Ficou conhecido como o novo Código Florestal.

63 contra e uma abstenção. Na ocasião, também foi aprovada emenda que perdoou as dívidas dos proprietários rurais que desmataram até o dia 22 de julho de 2008, bem como deixou à cargo dos estados decidir quais atividades justificam a regularização de áreas desmatadas. A emenda foi apresentada pelos deputados Paulo Piau (PMDB-MG), Homero Pereira (PR-MT), Valdir Colatto (PMDB-SC) e Darcísio Perondi (PMDB-RS).

O texto-base do ‘Novo Código Florestal’, do relator Aldo Rebelo, chegou ao Senado no dia 1º de junho de 2011 e passou a tramitar com o número de PL 30/2011. O projeto foi encaminhado às Comissões de Constituição, Justiça e Cidadania (CCJ), de Agricultura e Reforma Agrária (CRA) e de Meio Ambiente, defesa do Consumidor e Fiscalização e Controle (CMA) e foi discutido ao longo de vários meses.

No dia 6 de dezembro, o substitutivo que altera o texto-base do Novo Código Florestal, apresentado pelo senador Jorge Viana (PT-AC), foi aprovado no Senado por 59 votos a sete. O relator Jorge Viana acatou 26 das 78 emendas ao texto-base. Modificado, o texto, organizado pelos relatores Jorge Viana e por Luiz Henrique da Silveira (senador PMDB-SC), voltou para análise na Câmara dos Deputados, que já havia aprovado a versão de Aldo Rebelo, em maio.

Quatro meses depois, no dia 25 de abril de 2012, os deputados concluíram a discussão sobre as alterações no Código (PL 1876/99). O substitutivo, de autoria do deputado federal Paulo Piau (PMDB-MG), alterou em pelo menos 21 pontos o teor do projeto, que já havia sido aprovado pelo Senado. Pelo texto aprovado, uma das alterações é a de que os produtores rurais que desmataram áreas de preservação permanente até 22 de julho de 2008 não serão mais obrigados a pagar multa e recompor a vegetação nativa.

O projeto, que seguiu para decisão da presidente da República, Dilma Rousseff, teve 12 artigos vetados e 32 modificações<sup>15</sup>, no último dia 25 de maio de 2012. O novo Código Florestal (Lei 12.651/2012) segue para o Congresso por meio de Medida Provisória (MP), que foi publicada no dia 28 de maio de 2012 no Diário Oficial da União (DOU).

Entre os pontos mais polêmicos, está a não anistia a quem desmatou áreas até 2008, como previa o texto aprovado<sup>16</sup> e a recomposição de áreas desmatadas. Neste sentido, o novo artigo aprovado por Dilma prevê a obrigatoriedade de recomposição para todos os imóveis

---

<sup>15</sup> Sobre as alterações, tem-se que 14 recuperam o texto anteriormente aprovado pelo Senado (PLC 30/2011).

<sup>16</sup> Pelo texto aprovado na Câmara dos Deputados, imóveis rurais de até 4 módulos fiscais (de 20 a 440 hectares, dependendo da região) ficariam desobrigados de recompor regiões desmatadas em Reserva Legal (RL) até julho de 2008, o que significaria dispensar da obrigação a maioria das propriedades rurais do país, já que mais de 90% dos imóveis possuem até quatro módulos fiscais.

rurais e com limites diferentes, sendo que propriedades de 0 a 1 módulo fiscal deverão recompor uma área de 5 metros nas margens de rios com mais de 10 metros de largura, e imóveis de 1 a 2 módulos fiscais deverão recompor até 8 metros. Já propriedades de 2 a 4 módulos fiscais, terão que recuperar 15 metros, enquanto as de 4 a 10 módulos fiscais serão obrigadas a recompor 20 metros. No caso de imóveis com mais de 10 módulos rurais, a recomposição deverá ser de 30 a 100 metros de faixa de mata.

Outra modificação refere-se à manutenção das Áreas de Proteção Permanente (APPs), a qual prevê que não serão liberados para uso agrícola topos de morro, diferente do que previa o texto aprovado na Câmara. Também será mantido o estatuto da Reserva Legal (RL) em vigor atualmente, que é de 80% na Amazônia Legal, 35% no Cerrado e 20% nos demais biomas.

No que diz respeito à concessão de crédito agrícola, a presidente modificou o texto aprovado na Câmara. A partir de agora, somente terá direito ao crédito o proprietário e agricultor que fizer a regularização do seu imóvel e cadastro no CAR (Cadastro Ambiental Rural) no prazo de cinco anos, a contar da publicação da lei.

### **Interesses em jogo e a mediação dos discursos na mídia**

Compreendemos que o jornalismo é mais do que técnica, mais do que uma profissão. Ao jornalista cabe a tarefa de investigar, apurar as informações, clarear os fatos e informar a população mediante sua percepção, sua interpretação dos fatos, versão esta que muitas vezes é a única que o público tem dos acontecimentos. Comungamos da definição de jornalismo que Martins (2009, p. 499) apresenta:

[...] um local onde se manifestam os efeitos de sentido produzidos na construção do discurso, e que envolve a relação enunciadador-enunciatário, observa-se a existência de um contrato específico, amparado na credibilidade, estabelecido entre o jornalista e o seu público, e entre ele e suas fontes.

Assim, percebe-se mais uma vez que a ética está intrínseca à atividade jornalística. Ramires (2009, p.4) complementa a definição de jornalismo “[...] encontro de múltiplas vozes na tentativa de explicar a atualidade a partir de diferentes visões pessoais, subjetivas, ideológicas [...]”. Deste modo, tem-se que o discurso apresentado pela mídia é impregnado por vários outros discursos, de diferentes fontes, por vezes opostos e conflitantes.

No que se refere à temática do Código Florestal, os pesquisadores André Meloni Nassar e Laura Barcellos Antoniazzi explicam, no artigo ‘Reforma do Código Florestal: uma visão equilibrada’<sup>17</sup>, que há três grandes interesses em jogo. O primeiro estaria representado pelo discurso do deputado Aldo Rebelo, que envolve pequenos produtores (classes pobre ou muito pobre) para os quais as exigências do Código são incompatíveis com sua capacidade de geração de renda ou com a estrutura de suas propriedades. O segundo grupo interessado pela reforma, é formado pelos médios e grandes produtores rurais (médios e ricos na classificação de renda bruta). Esse grupo estaria preocupado com a regularização ambiental, já que são os mais visados pelo Ministério Público. O terceiro grupo, por sua vez, seriam os ambientalistas, que acreditam que a reforma do Código traz perdas ambientais maiores do que benefícios econômicos e sociais. Contudo, esse grupo não teriam posições absolutamente homogêneas. A publicação ainda aponta um quarto grupo, que teria se posicionado tardiamente no processo: os cientistas. Segundo o artigo, a posição destes seria um reforço à dos ambientalistas ao enfatizar resultados de pesquisas que avaliaram impactos ambientais das atividades produtivas.

Deste modo, observamos que há vários discursos (que representam interesses distintos e muitas vezes opostos) conflitantes em jogo, que geram um embate de visões, por conta dos atores envolvidos. Poderíamos resumir que são basicamente argumentos de ‘preservacionistas’ e ‘expansionistas’. Ao apresentar tal debate, os jornalistas têm por dever consultar fontes de todos os lados, ouvir os diversos argumentos, para assim apresentar a informação o mais plural possível. Mas será que neste caso isso tem ocorrido? A mídia tem dado o espaço e a frequência necessária para a transmissão deste assunto? Tem conseguido abordar a temática em seus aspectos técnico e científico? Ou tem reforçado/reproduzido o discurso hegemônico, seguindo a lógica capitalista?

### **Panorama da cobertura midiática do Código Florestal**

Para avaliar como a imprensa brasileira realizou a cobertura sobre a reforma do Código Florestal Brasileiro, a ANDI – Comunicação e Direitos com o apoio da CLUA (Climate and Land Use Alliance) produziu uma análise de mídia<sup>18</sup> a partir do estudo de 17 jornais diários

---

<sup>17</sup> Artigo publicado na revista Visão Agrícola da Esalq/USP – ano 7, jan/abr 2012.

<sup>18</sup> Publicação disponível em: <[http://www.andi.org.br/sites/default/files/reforma\\_codigo\\_florestal\\_versao\\_internet.pdf](http://www.andi.org.br/sites/default/files/reforma_codigo_florestal_versao_internet.pdf)>  
Acesso no dia 20/05/2012.

de várias regiões do país, entre 15 de abril e 11 de junho, período de intenso debate da tramitação da PL 1876/99, na Câmara dos Deputados. Entre as conclusões da publicação, decidimos destacar:

- 60% dos textos analisados na pesquisa apresentaram fatores de ordem política e partidária como tema principal sobre o assunto.
- Quase 70% dos textos analisados abordaram o tema sob um viés político e apenas 17,5% discutiram a questão desde uma perspectiva ambiental;
- 59,2% dos textos continha posições ou argumentações quanto ao conteúdo do projeto de lei, muitas vezes em textos que pendiam mais para um lado do que para o outro. Desse total, 55,8% apresentaram posicionamento questionando o texto do Código apresentado pelo relator (31,1% parcialmente contrários, 24,7% totalmente contrários e apenas 18,7% apresentaram posicionamento favorável – sendo 11,4% parcialmente favorável e 7,4% textos com viés totalmente favorável ao novo Código).
- Apenas 8,2% dos textos mencionaram a realização de estudos científicos sobre as questões relacionadas ao Código;
- Contudo, em relação a temas técnicos, a imprensa soube destacar pontos críticos, a partir da apuração e veiculação de argumentos contrários ao novo Código, sobretudo de cientistas;
- Outro aspecto positivo da cobertura foi a procura por mais de uma fonte: “52,4% dos textos ouviram mais de uma fonte e, dentre estes, 45% apresentaram opiniões divergentes – dados fundamentais para o debate polarizado entre ruralistas e ambientalistas”.

O Estado de Mato Grosso do Sul entrou na análise da ANDI. O jornal impresso Correio do Estado, de maior circulação no Estado, foi, segundo a pesquisa, a mídia impressa regional que mais publicou sobre o assunto no período analisado. Por esse motivo, o projeto de mestrado da autora tem por objetivo analisar a cobertura feita pelo referido jornal.

Uma coleta inicial, realizada no banco de dados do jornal, de janeiro a dezembro de 2011, nos apresentou 150 resultados. Um olhar preliminar nos revelou que a cobertura do tema em questão estava dominante na editoria Política, com 34% das ocorrências; seguido da editoria Opinião (artigos e editorial), com 20%; e Economia, com 12,6%. O restante foi veiculado nas editorias Brasil/Mundo, Cidades, Entrevista, Agropecuária, Cooperativismo e Esportes; e nos suplementos Rural e Negócios, Caderno B, Ecologia e Correio TV.

Esse primeiro rudimento, fruto da análise quantitativa, nos permite inferir algumas considerações sobre o modo como o jornal compreendeu e enquadrou o assunto, que neste caso, foi predominantemente a partir do viés político e econômico, o que também foi

apontado pela pesquisa da ANDI, a nível nacional. Já a concentração dos conteúdos na editoria de Opinião nos revela que o veículo entendeu que o assunto era relevante e de interesse público, por isso deu espaço para as manifestações. E a fragmentação do assunto em diversas editorias, embora, segundo os preceitos do Jornalismo Ambiental, apresentados por Bueno (2007)<sup>19</sup>, por vezes, comprometam o entendimento do leitor, por outro lado, demonstram que o jornal tentou tratar o assunto por abordagens diversas.

Um passo futuro da pesquisa, após a organização do referido corpus, será a abordagem quali-quantitativa da análise de conteúdo proposta por Herscovitz (2007), que permitirá olhar para o objeto de estudo sob diferentes perspectivas. Acreditamos que a técnica será útil na identificação de fragmentações e reduções na forma como o tema do Código Florestal foi apresentado pelo Correio do Estado aos leitores sul-mato-grossenses.

A partir de tais resultados nacionais e locais (ainda que rudimentares), avaliamos que a mídia tem uma série de desafios pela frente, como também foi pontuado pela ANDI, na busca por um jornalismo de qualidade, acessível, de interesse público, que possa não somente informar, mas oferecer conteúdo consistente que permita aos cidadãos refletirem sobre tais decisões políticas, exercendo assim sua responsabilidade social. Os dados relativos à cobertura nacional e local são de extrema relevância para que possamos compreender como a mídia tem tratado assuntos complexos e polêmicos como este, que são importantes para todo o cidadão.

Uma questão levantada pela pesquisa, a qual também temos curiosidade em compreender é: se na maioria dos textos analisados, a maioria das fontes (especialistas, políticos, setores sociais) fazem críticas ao ‘novo Código’, “por que de forma tão contundente o projeto foi aprovado na Câmara? O resultado da votação significaria um ‘divórcio entre os políticos no Congresso e a opinião pública – cidadãos comuns e especialistas nos temas?’ É algo a refletir. Até onde interesses econômicos, de classe, podem se sobrepor a interesses sociais? Essas são algumas indagações que movem o projeto de pesquisa da autora e que nesse momento não serão respondidos. A reflexão sobre o assunto é válida e torna ainda mais relevante a discussão sobre a responsabilidade social da mídia na contemporaneidade, já que cada vez mais existem críticas sobre o atual modelo de jornalismo praticado e a convergência com interesses empresariais.

---

<sup>19</sup> Para Bueno (2007, p.14) “o jornalismo ambiental é, antes de tudo, jornalismo (que é o substantivo, o núcleo da expressão) e deve ter compromisso com o interesse público, com a democratização do conhecimento, com a ampliação do debate. Não pode ser utilizado como porta-voz de segmentos da sociedade para legitimar poderes e privilégios”.

## **Considerações Finais**

É fato que a mídia ocupa cada vez mais espaço no cotidiano das pessoas. Como afirmou Silverstone (2002), ela é parte geral da ‘textura da experiência’, uma vez que dependemos dela no dia-a-dia e chegamos a formar nossa opinião com base nas informações que dela recebemos. Assim, consideramos que o jornalista atua sobre a realidade social e a molda segundo sua interpretação e percepção dos fatos.

Tendo em vista a influência dos meios de comunicação na opinião pública, passamos a nos preocupar cada vez mais com a procedência e a qualidade da informação veiculada pela imprensa. Daí a necessidade dos princípios e códigos que orientem a prática jornalística.

Acreditamos que o jornalismo deve ser regido pelo interesse público, pela ética e comprometido com a verdade. Em se tratando de um assunto polêmico, técnico e ideológico como o do Código Florestal Brasileiro, percebe-se que é preciso que o jornalista e o veículo tenham responsabilidades na cobertura e interpretação dos fatos e dos argumentos envolvidos nesse tema, tendo-se em vista, principalmente o grande embate empresarial (e de classes) envolvido. Como pôde ser visto brevemente, são vários interesses em jogo e para isso, são utilizados argumentos distintos para justificar tanto a questão econômica (representada pelo ideal expansionista, agroexportador), a questão ambiental (sustentabilidade dos recursos naturais), ou seja, os interesses sociais versus interesses individuais (comerciais).

Não podemos perder de vista que o jornalismo trabalha com a mediação desses discursos. A sociedade brasileira tem o direito de ter o acesso a informações de qualidade, produzido por jornalistas e veículos sérios, que trabalham com ética, que fazem questão de trabalhar o assunto por meio de abordagens diversas de modo a ampliar este debate. Do contrário, o Brasil corre o risco de reproduzir discursos hegemônicos, de não questionar suficientemente, e por isso, ter a aprovação de um Código Florestal que represente um retrocesso para a sociedade atual e as futuras.

Como apontou Van Dijk (1994), em uma de suas conferências na Universidade de Amsterdam, é por meio do discurso e da comunicação que os grupos dominantes exercem seu poder, já que são as elites que têm controle sobre o discurso público.

[...] é um poder que permite controlar os atos dos demais, definem quem pode falar, sobre o que e quando. Considero que o poder das elites é um poder discursivo, pois através da comunicação há o que se denomina ‘uma manufatura do consenso’: se trata de um controle discursivo dos atos

linguísticos por meio da persuasão, a maneira mais moderna e última de exercer o poder (VAN DIJK, 1994, p.8)<sup>20</sup>.

Finalizamos essa breve reflexão com a indagação feita pela ANDI, sem a intenção de esgotar o assunto, porém contribuir para acender esse debate crítico, que entendemos ser um dos mais relevantes para a sociedade brasileira e também para o mundo:

Se a maior parte dos textos de opinião e das reportagens, a maior parte das fontes e também das cartas de leitores enviadas aos jornais fazem críticas ao ‘novo Código’, por que de forma tão contundente o projeto foi aprovado na Câmara? O resultado da votação significaria um ‘divórcio’ entre as políticas no Congresso e a opinião pública, cidadãos comuns e especialistas nos temas?

A quais interesses a imprensa brasileira tem servido? Estaria a imprensa praticando um jornalismo fora dos padrões estipulados pelos princípios e pelo Código de Ética? Até que ponto o jornalismo de mercado tem que ser lucrativo? Quais discursos a mídia tem veiculado? Ficam algumas indagações, as quais a autora busca responder no decorrer de sua pesquisa na dissertação sobre a cobertura midiática da reforma do Código Florestal Brasileiro.

### Referências Bibliográficas

ANDI. **A Reforma do Código Florestal na Imprensa Brasileira**. 2011. Disponível em: <[http://www.andi.org.br/sites/default/files/reforma\\_codigo\\_florestal\\_versao\\_internet.pdf](http://www.andi.org.br/sites/default/files/reforma_codigo_florestal_versao_internet.pdf)> Acesso no dia 20/05/2012.

BARROS FILHO, C.de. **Ética na Comunicação: da informação ao receptor**. São Paulo: Moderna, 2001.

BUENO, W. da C.. **Comunicação, Jornalismo e Meio Ambiente**. 1. ed. São Paulo: Mojoara Editorial Ltda., 2007.

CHRISTOFOLETTI, R.. **Ética no Jornalismo**. SP: Contexto, 2008.

HERSCOVITZ, H. G.. **Análise de conteúdo em jornalismo**. In: Lago, C.; Benetti, M.. Metodologia de pesquisa em jornalismo. 2ª. ed. Petrópolis: Vozes, 2008. p. 123-142.

---

<sup>20</sup> Tradução livre de “Es un poder que permite controlar los actos de los demás, definen quién puede hablar, sobre qué y cuándo. Considero que el poder de las elites es un poder discursivo pues a través de La comunicación hay lo que se denomina ‘una manufacturación del consenso’: se trata de un control discursivo de los actos lingüísticos por medio de la persuasión, la manera más moderna y última de ejercer el poder” (VAN DIJK, 1994, p.8).

IJUIM, J.K.. **A responsabilidade social do jornalista e o pensamento de Paulo Freire.** UFRGS/FABICO: Revista Em Questão; v. 15, n. 2, 2009. Disponível em: <<http://seer.ufrgs.br/EmQuestao/article/view/10060/7368>> Acesso no dia: 15/05/2012.

LIMA, V.. **A responsabilidade social da mídia.** Carta Maior. Disponível em: <[http://www.cartamaior.com.br/templates/colunaMostrar.cfm?coluna\\_id=4226](http://www.cartamaior.com.br/templates/colunaMostrar.cfm?coluna_id=4226)> Acesso em 10/05/2012.

MARTINS, M. A. S. R.. **Discurso, ideologia e persuasão no jornalismo opinativo.** Estudos Lingüísticos, São Paulo, v. 38, n. 3, set-dez.,2009.

McCOMBS, Maxwell; SHAW, Donald. **A evolução da pesquisa sobre o agendamento: vinte e cinco anos no mercado das ideias.** In: TRAQUINA, Nelson. O poder do jornalismo: análise e textos da teoria do agendamento. Coimbra: Minerva, 2000.

PARK, Robert. **"A notícia como forma de conhecimento"**. In: STEINBERG, C.S.. (Org.). Meios de Comunicação de Massa. São Paulo: Cultrix, 1966.

PEREIRA, F. H.. **Da responsabilidade social ao jornalismo de mercado: o jornalismo como profissão.** Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/pereira-fabio-responsabilidade-jornalista.pdf>> Acesso do dia 10 a 25/05/2012.

RAMIRES, M.. **Retorica y periodismo: unas relaciones muy objetivas.** In: RUTA, n. 2, 2009.

SANTA CRUZ, L. M. M. de. **Responsabilidade social: Visão e intermediação da mídia na redefinição do público e do privado.** Rio de Janeiro, 2006. Dissertação de Mestrado, UFRJ. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/santa-cruz-lucia-responsabilidade-social.pdf>> Acesso no dia 10/05/2012.

SILVERSTONE, R.. **Por que estudar a Mídia?.** São Paulo: Loyola, 2002.

VAN DIJK, T. A.. **Discurso, Poder y Cognición Social.** Conferencias de Teun A. Van Dijk. In: Cuadernos Maestria en Lingüística: Universidad de Amsterdam, N. 2 Ano 2, Outubro de 1994.