



VI CONGRESSO LATINO-AMERICANO
X CONGRESSO BRASILEIRO
V SEMINÁRIO DO DF e ENTORNO
12-15 SETEMBRO 2017
BRASÍLIA- DF, BRASIL

Tema Gerador 5

Construção do Conhecimento Agroecológico



A Agroecologia e a mídia: (in)visibilidades, atores e enquadramentos

The Agroecology and the media: (in) visibility, actors and frameworks

PAIVA, Raquel Lucena¹, AZEVEDO, Elaine²

¹Universidade Federal do Espírito Santo (Ufes), raquel@eloseartes.com.br;

²Universidade Federal do Espírito Santo (Ufes), elainepeled@gmail.com

Tema Gerador: Construção do Conhecimento Agroecológico.

Resumo

A construção do conhecimento agroecológico vem se delineando por meio de debates entre diferentes campos científicos e sociais, cada um dos quais conferindo justificção e legitimidade aos significados agenciados. A Agroecologia vem se delineando como ciência, prática e movimento social que propõe novos paradigmas para pensar e agir sobre a terra, sua base epistemológica se fundamenta no Pensamento Complexo e na Economia Ecológica. As disputas relacionadas à ocupação do território agrícola ocorrem em diversas arenas, entre elas, as disputas discursivas observadas na mídia, que se apoiam em discursos socioambientais fundamentados, predominantemente, no racionalismo econômico. A análise da representação da Agroecologia pela mídia tem revelado que, ao lado da relativa invisibilidade de temas ainda tratados como alternativos, prevalece a reafirmação de uma visão de mundo que subordina a natureza e as pessoas aos padrões e interesses economicistas.

Palavras-chave: ideologia ambiental; discurso; comunicação ambiental; sociologia ambiental.

Abstract

The agroecological knowledge has been delineated through debates between distinct scientific and social fields, each of which gives justification and legitimacy to the meanings. Agroecology has been delineated as a science, practice and social movement that proposes new paradigms to think and act on the earth. Its epistemological base is based on the Complex Thought and the Ecological Economy. The disputes related to the occupation of the agricultural territory occur in several arenas. The focus here is the discursive contention observed in the media, which are based on socio-environmental discourses based predominantly on economic rationalism. The analysis of the media representation of Agroecology has revealed that alongside the relative invisibility of themes still considered as alternatives, the reassertion of a worldview that subordinates nature and people to economicist patterns and interests prevails.

Key-words: environmental ideology; discourse; environmental communication; environmental sociology.

Introdução

As premissas e diretrizes da Agroecologia estão fortemente enraizadas nas práticas agrícolas cotidianas da agricultura familiar. Essa jovem ciência se articula coletivamente como movimento social de fortalecimento dos agricultores familiares e como ciência comprometida em dialogar com uma ampla diversidade de saberes que, historicamente, foram deixados de fora das fronteiras da ciência moderna.



VI CONGRESSO LATINO-AMERICANO
X CONGRESSO BRASILEIRO
V SEMINÁRIO DO DF e ENTORNO
12-15 SETEMBRO 2017
BRASÍLIA- DF, BRASIL

Tema Gerador 5

Construção do Conhecimento Agroecológico



A construção do conhecimento agroecológico vem se delineando por meio de debates entre diferentes campos científicos e sociais, cada um dos quais conferindo justificção e legitimidade aos significados agenciados. Fora dos círculos diretamente envolvidos com a construção deste conceito, porém, e à medida que o observador se distancia do objeto, percebe-se que os significados atribuídos a um conceito dependerá ainda mais das representações a que se tem acesso, muitas vezes mediadas pelos meios de comunicação. Este é o ponto de partida deste estudo, que inclui a análise do agendamento, agentes e abordagens presentes nas notícias relacionadas à Agroecologia, publicadas em sites de notícias hegemônicos e 'alternativos' produzidos na Região Sudeste.

A mídia é reconhecida pela sua importância na disseminação e fixação de construções ideológicas, por meio do forte poder de agendamento e representação, que impacta diretamente a definição do que pensar e como pensar. As ideologias e discursos ambientais compõem pressupostos estruturais no discurso e na comunicação ambiental e participam da construção dos problemas, na medida em que influenciam a percepção da natureza e se inserem nas representações e nos enquadramentos a serem mobilizados ao se discutir atitudes individuais ou coletivas.

John Dryzek (2005, p. 9) compreende que um discurso é uma maneira compartilhada de apreender o mundo e de construir os significados, os relacionamentos e o senso comum. O autor defende que o “[...] discurso ambiental também se estende àqueles que são hostis ao ambientalismo” e identifica como discursos ou ideologias ambientais os pressupostos de crenças, ideologias e teorias distintas, tais como o discurso do desenvolvimento sustentável, do racionalismo econômico ou administrativo, do tecnicismo, além de teorias ecocêntricas e diversas tendências consideradas radicais.

Entre as diversas teorias socioambientais delineadas nos últimos séculos para se debater pressupostos e estratégias para o enfrentamento dos problemas ambientais, a Economia Ecológica é apontada por Francisco Caporal (2009) como adequada aos princípios da Agroecologia por considerar os valores éticos na relação da sociedade com o ambiente. A Economia Ecológica enfatiza que a economia deve ser subordinada à ecologia e não o contrário, como pressupõe a economia convencional.

Metodologia

Para compor o quadro da pesquisa empírica, estão sendo analisados oito *sites* jornalísticos da Região Sudeste durante o período entre janeiro e dezembro de 2016. Os textos foram selecionados pela presença da palavra Agroecologia, aferida pelo sistema de busca do próprio site.



VI CONGRESSO LATINO-AMERICANO
X CONGRESSO BRASILEIRO
V SEMINÁRIO DO DF e ENTORNO
12-15 SETEMBRO 2017
BRASÍLIA- DF, BRASIL

Tema Gerador 5

Construção do Conhecimento Agroecológico



O critério para definição dos veículos jornalísticos obedeceu a dois parâmetros paralelos: *site* com audiência ampla e com presença *online* e *off-line*, em cada um dos estados do Sudeste; *sites* noticiosos de conteúdo diversificado, que demonstram atribuir relevância ao tema Agroecologia pelo agendamento frequente e pela profundidade com que abordam o assunto. Todos os sites que compõem o *corpus* desta pesquisa são de veículos jornalísticos não segmentados por tema, o objetivo desta delimitação é analisar a representação da Agroecologia junto ao público não especializado ou envolvido com o assunto.

Resultados e Discussão

John Hannigan (1995, p. 83) descreve o palco midiático como um “concurso em relação ao significado” onde os “formuladores de exigências” (ambientais) competem com opositores para promover suas imagens, enquanto “[...] jornalistas e editores preferem, frequentemente, manter e reproduzir a corrente principal de imagens e códigos culturais [...]”.

A competição pela evidenciação promovida pela mídia jornalística começa pela definição da pauta ou assunto a ser abordado. A teoria da *agenda setting*, é sintetizada por Mauro Wolf (1999) como o processo em que os meios de comunicação influenciam os assuntos a serem realçados ou negligenciados pela audiência, refletindo, também, a ênfase atribuída pelo público aos problemas, pessoas ou acontecimentos expostos.

A invisibilidade será o primeiro obstáculo à construção de uma imagem sobre Agroecologia pelo público não especializado. O Quadro 1 mostra a quantidade de matérias que foram indexadas a partir de pesquisa das palavras-chave ‘Agroecologia’ e ‘agronegócio’. O objetivo deste levantamento foi comparar o agendamento e a visibilidade dada a estas duas propostas antagônicas de agricultura. Em média, apenas 5% do ‘território jornalístico’ dedicado aos temas agrícolas, nos grandes veículos, está sendo ocupado pela temática agroecológica, uma desproporção ainda maior que a distribuição territorial entre o agronegócio e a pequena propriedade no Brasil. Na ‘imprensa alternativa’ pode-se aferir a média de 31,75% das pautas agrícolas direcionadas à Agroecologia.



Quadro 1: Quantidade de matérias jornalísticas que utilizaram a palavra Agroecologia e agronegócio entre 01/01/2016 e 31/12/2016. Gráfico construído pelas autoras.

Veículos	Agroecologia	Agronegócio	Total	% Agroecologia
'Grande Imprensa'				
Folha de São Paulo	19	442	461	4,2%
O Globo	12	174	186	6,5%
Gazeta Online	7	130	137	5,2%
Estado de Minas	6	160	166	3,7%
'Imprensa Alternativa'				
Carta Maior	73	130	203	36%
Brasil de Fato	69	170	239	29%
Século diário	12	15	27	45%
Rede Brasil Atual	37	180	217	17%

A rotina jornalística envolve o diálogo constante com atores distintos, aos quais se atribui autoridade em relação aos assuntos abordados, pela sua atuação como peritos, representantes governamentais, atores econômicos, representantes de movimentos sociais, entre outros. Aguiar e Cerqueira (2012, p.16, apud COX 2010) argumentam que a cobertura jornalística agrega diferentes vozes: “[...] a diversidade de vozes e pontos de vista veiculados por essa mídia ilustra uma ampla variedade de abordagens de questões ambientais, com diferentes enquadramentos (frames)”.

Pode-se observar, nas matérias relacionadas à Agroecologia que compõem o recorte desta pesquisa, que as vozes presentes na ‘grande mídia’ são provenientes de atores diversos e dispersos, muitas vezes legitimados pela organização de eventos, iniciativas originais, prêmios, entre outros. Atores institucionais, provenientes de universidades e governos são frequentemente ouvidos como fontes. No ‘jornalismo alternativo’, as vozes dos movimentos sociais se fazem presentes como fontes de depoimentos, argumentações e denúncias, como organizadores de eventos, manifestos e também como autores. O Brasil de Fato e a Carta Maior publicaram, no período estudado, matérias assinadas por autores de entidades agroecológicas como a Articulação Nacional de Agroecologia (ANA) e Assessoria e Serviços a Projetos em Agricultura Alternativa (ASPTA), entre outros. Importante destacar, porém, que os veículos ‘alternativos’ analisados foram selecionados pela relevância atribuída à Agroecologia, diversos *sites* jornalísticos contra-hegemônicos não produzem conteúdo sobre Agroecologia e, conseqüentemente, não dão voz aos atores e à temática agroecológica.



VI CONGRESSO LATINO-AMERICANO
X CONGRESSO BRASILEIRO
V SEMINÁRIO DO DF e ENTORNO
12-15 SETEMBRO 2017
BRASÍLIA- DF, BRASIL

Tema Gerador 5

Construção do Conhecimento Agroecológico



Percebe-se que a representação da Agroecologia, no jornalismo empresarial, se faz dentro de uma abordagem em que o assunto é apresentado como pitoresco e secundário e os atores se fazem presentes no papel de agentes dispersos de pautas eventuais; a Agroecologia é apresentada em abordagens desvinculadas de políticas públicas ou bandeiras sociais. A ‘mídia alternativa’ analisada, por sua vez, empresta visibilidade aos movimentos sociais e às pautas mobilizadas, além de contextualizar politicamente a Agroecologia.

A abordagem dos riscos relacionados aos agrotóxicos não esteve presente em nenhuma das matérias veiculadas pelos veículos hegemônicos e que compuseram o *corpus* desta pesquisa pela presença da palavra Agroecologia. Porém, estes veículos produziram matérias com a palavra ‘agrotóxico’ no período, mas não eram as mesmas que utilizaram a palavra ‘Agroecologia’. No ‘jornalismo alternativo’, várias das matérias sobre Agroecologia abordaram os riscos relacionados aos agrotóxicos, muitas vezes utilizando a palavra veneno para enfatizar os efeitos destes produtos. Entre os problemas abordados estão o aumento das intoxicações; mudanças propostas na legislação relacionada aos agrotóxicos; divulgação de pesquisa científica que relaciona o uso dos agrotóxicos aos suicídios de agricultores; notícias sobre movimentos sociais contra os agrotóxicos; entre outros problemas relacionados aos riscos, para a saúde humana e para o meio ambiente.

Hannigan (1995, p. 134-136), compreende que a construção dos riscos ambientais ocorre em uma “arena social” em que os “portadores do risco” (ou vítimas), os “defensores dos portadores dos riscos”, os “geradores de riscos”, os “investigadores do risco” (peritos científicos) e os “árbitros do risco” atuam em um embate que não é neutro. Neste Contexto, os ‘informadores do risco’ são comparados a um “coro” que repercute, ou não, as vozes da “arena social”. Segundo este autor:

Correlativamente, as formulações políticas originárias da comunidade de profissionais de risco [...] são apresentadas como racionais, avaliações objetivas daquilo que é ou não considerado seguro. Se esta visão for aceita, então diz-se que o risco central educa o público no sentido de este se aperceber que está a exagerar, e de que o risco ligado ao poder nuclear, herbicidas, organismos produzidos pela bioengenharia, etc, não constituem na realidade o risco que parecem constituir” (p. 138).

Em relação ao discurso predominante, Hannigan (1995, p. 97) afirma que “[...] os meios de comunicação social, especialmente a imprensa empresarial, tem adotado cada vez mais um discurso que apresenta o meio ambiente como uma oportunidade econômica [...]”. Esta afirmação se confirma nos sites analisados. A dimensão econômica é um



VI CONGRESSO LATINO-AMERICANO
X CONGRESSO BRASILEIRO
V SEMINÁRIO DO DF e ENTORNO
12-15 SETEMBRO 2017
BRASÍLIA- DF, BRASIL

Tema Gerador 5

Construção do Conhecimento Agroecológico



fator importante para que um assunto seja considerado notícia e um aspecto frequentemente valorizado pelas fontes. A mercantilização do cotidiano e da vida confere relevância quase obrigatória ao tema.

Na 'grande mídia' observa-se a tendência em apresentar a Agroecologia como produto, visto que parcela significativa das notícias se refere às feiras e eventos *gourmets* ou comemorativos, em Contextos onde a Agroecologia é apresentada como algo exótico. Nos veículos 'contra-hegemônicos', os aspectos econômicos são interligados com os sociais, percebe-se uma visão de mundo que se aproxima um pouco da Economia Ecológica ao propor limites éticos para a exploração econômica, porém, prevalece a centralidade das questões econômicas.

Conclusão

Em meio a um quadro de invisibilidade, percebe-se, na 'grande mídia', que a abordagem dos temas agroecológicos é dissociada das dimensões políticas e sociais valorizadas pelos agentes da Agroecologia. O jornalismo alternativo analisado evidencia estas dimensões e dão voz aos movimentos sociais, que estão ausentes nas matérias produzidas pelo jornalismo empresarial e analisadas neste estudo. Os riscos relacionados aos agrotóxicos são expostos e denunciados pela mídia 'alternativa', mas não são citados nas matérias da mídia hegemônica analisadas nesta pesquisa. Em ambos os perfis jornalísticos, percebe-se que os fatores econômicos são mais evidenciados que os ambientais, porém o jornalismo 'alternativo' aborda também a dimensão social das questões econômicas.

Agradecimentos

Esta pesquisa está sendo viabilizada por meio do apoio da FAPES – Fundação de Amparo à Pesquisa e Inovação do Espírito Santo.

Referências Bibliográficas

AGUIAR, Sônia; CERQUEIRA, Jean Fábio. *Comunicação ambiental como campo de práticas e de estudos*. São Caetano do Sul: Comunicação e Inovação, v. 13, n. 24 (11-20), 2012.

CAPORAL, R. F. (ORG). *Agroecologia: uma ciência do campo da complexidade*. Brasília, DF: Paulus, 2009.

DRYZEK, John S. *The politics of the earth: environmental discourses*. New York: Oxford University Press, 2005.



VI CONGRESSO LATINO-AMERICANO
X CONGRESSO BRASILEIRO
V SEMINÁRIO DO DF e ENTORNO
12-15 SETEMBRO 2017
BRASÍLIA- DF, BRASIL

Tema Gerador 5

Construção do Conhecimento Agroecológico



HANNIGAN, John. *Sociologia ambiental*. A formação de uma perspectiva social. Lisboa: Instituto Piaget, 1995.

WOLF, Mauro. *Teorias da comunicação*. Lisboa: Presença, 1999.