

CONSTRUÇÃO MIDIÁTICA EM TORNO DAS CATADORAS DE MANGABA DE SERGIPE: UM ESTUDO DE CASO SOBRE O TRABALHO DE ACESSORIA DE COMUNICAÇÃO DO PROJETO CATADORAS DE MANGABA GERANDO RENDA E TECENDO VIDA EM SERGIPE

* Bruna Távora de Sousa Martins

Resumo:

O trabalho de comunicação desenvolvido pela Associação das Catadoras de Mangaba e Indiaroaba (Ascamai) através do Projeto Catadoras de Mangaba Gerando Renda e Tecendo Vida em Sergipe traçou como objetivo fortalecer a representação e organização das Comunidades Tradicionais de Catadoras de Mangaba na mídia e contribuir para o aumento da geração de renda das extrativistas no estado. Este artigo buscou descrever esta experiência que foi realizada a partir de dois eixos a) produção de conteúdo para mídias digitais e b) análise crítica da mídia e proposição de pautas demandadas pela comunidade tradicional de catadoras de mangaba para a imprensa.

Palavras-chave: Catadoras de Mangaba; Jornalismo; Assessoria de Comunicação; Análise Crítica da Mídia.

INTRODUÇÃO

A produção de conteúdo jornalístico sobre as Catadoras de Mangaba de Sergipe tem apresentado um aumento ao longo dos últimos cinco anos. Dentre as causas para o crescimento desta pauta nos meios de comunicação destaca-se o processo organizativo das mulheres – que culminou na constituição do Movimento das Catadoras de Mangaba, em 2007 -, a importância cultural da mangaba na dinâmica alimentar de Sergipe, bem como os trabalhos que vem sendo desenvolvidos por pesquisadores e demais profissionais que colocam a mangaba na agenda de discussões e debates da sociedade.

* Formada em Publicidade e Propaganda pela Universidade Tiradentes. Atuou na equipe da assessoria de comunicação do Projeto Catadoras de Mangaba Gerando Renda em Tecendo Vida em Sergipe durante os anos de 2011 e 2012. Atua no campo da comunicação em movimentos sociais e organizações do terceiro setor. E-mail: tavora.bruna@gmail.com

Segundo as pesquisas desenvolvidas por MOTA, SCHMITZ, CARDOSO (2007) acerca da mangaba no Norte e no Nordeste do país, Sergipe se destaca por ser o único estado onde foi mapeada uma iniciativa de resistência organizada de catadoras de mangaba.

Os pesquisadores ainda informam que a ação das extrativistas é fundamental para a manutenção das áreas de mangaba que ainda estão remanescentes. JESUS (2010), confirma a afirmação destacando que “essa atividade tradicional, além de contribuir significativamente com a renda familiar de grupos em situação de vulnerabilidade social, permite a conservação da vegetação e dos saberes e práticas produzidos por estes grupos”(p. 19)

Embora o trabalho de resistência e organização sócio-política das catadoras de mangaba esteja em processo de consolidação, este grupo vem vivenciando ameaças e ataques ao trabalho que desenvolvem com a cata do fruto.

Dentre os fatores que são identificados como ameaça às práticas tradicionais das Catadoras, JESUS (2010) destaca : a) o avanço da carnicicultura (criatórios de camarão) – que tem provocado o fechamento de áreas de acesso aos manguezais e a poluição dos mananciais, b) a especulação imobiliária nas áreas litorâneas, c) o turismo predatório e d) a estocagem de terras para a valorização e especulação imobiliária em áreas de ocorrência natural da mangaba.

A autora apresenta os desafios citados acima referenciando-se pelo relatório produzido no I Encontro das Catadoras de Mangaba, onde é destacado que:

(...) as populações tradicionais locais responsáveis pela conservação das plantas in situ e portadoras de saberes e formas de manejo construídas secularmente na estreita relação com o recurso (plantas), encontram-se sob ameaça de perda de uma das suas principais fontes de renda em virtude da pressão exercida pelos proprietários das áreas naturais de mangabeiras que as utilizam, cada vez mais, para o cultivo de coqueiro, cana-de-açúcar e outras atividades agrícolas, construção de infra-estruturas turísticas, loteamentos e viveiros de camarão, atividades cuja implementação dependem do corte das mangabeiras.

Este processo organizativo, que vem sendo desenvolvido pelas extrativistas, tem culminado na ampliação das parcerias entre o grupo e outras entidades sociais. Este

fator tem possibilitado a ampliação do processo de articulação em todo o estado e, assim, tem possibilitado a execução e o financiamento de projetos voltados para o atendimento das demandas desta comunidade tradicional.

Nesse contexto, este artigo apresenta o desenvolvimento de uma atividade de comunicação realizada pelo projeto Catadoras de Mangaba Gerando Renda e Tecendo Vida em Sergipe, realizado pela Associação das Catadoras de Mangaba de Indiaroba (Ascamai) e demandado pelo Movimento das Catadoras de Mangaba de Sergipe.

O Projeto Catadoras de Mangaba Gerando Renda e Tecendo Vida em Sergipe

Planejado e organizado de maneira participativa com as comunidades tradicionais de extrativistas, o projeto tem buscado alcançar as demandas pautadas pelas Catadoras em suas realidades. Dentre elas, destacam-se a necessidade de fortalecer o processo cooperado de auto-organização e aumentar a geração de renda familiar.

O público-alvo do projeto foram 600 catadoras de mangaba de 24 comunidades das regiões norte e sul do estado; Ao longo dos anos de 2011 e 2012 participaram de oficinas que foram desenvolvidas com base nas demandas das comunidades, fruto de um diagnóstico participativo realizado entre as extrativistas e a equipe de assistência técnicas.

Dentre as demandas identificadas na ação do diagnóstico, no Relatório Final de Atividades do projeto está destacada a necessidade da execução de um plano de comunicação que atendesse aos seguintes objetivos: a) divulgar a luta das catadoras de mangaba, b) identifica-las como protagonistas da luta pela preservação das mangabeiras c) dar visibilidade ao processo de luta, d) publicizar os alimentos e as linhas de comercialização desenvolvidas pelas extrativistas.

As ações de comunicação

Neste contexto, foi traçado um plano de comunicação que pudesse responder às demandas diagnosticadas e, desta forma, consolidar e contribuir para o processo de organização social impulsionado pelas extrativistas.

Este artigo buscou avaliar os principais desafios e oportunidades que foram encontrados no desenvolvimento do trabalho realizado pela equipe de comunicação e analisar

criticamente o enquadramento da mídia local no tocante à abordagem de temáticas relacionadas à realidade das Catadoras de Mangaba em Sergipe.

REVISÃO DE LITERATURA

Comunicação e modernidade

Na modernidade, os meios de comunicação representam uma instituição sólida de difusão de valores, conteúdos informacionais e simbólicos com os quais os cidadãos formam opinião e tomam as decisões cotidianas (THOMPSON, 1998).

Ele destaca

A mídia não apenas descreve o mundo social, mas se envolve ativamente na construção desse mundo. Os indivíduos planejam suas atividades, em parte, baseados nas imagens e informações recebidas através da mídia (p. 106)

Nesse contexto, a produção de informação divulgada por estes meios contribui para a formação de percepções e imagens de grupos, acontecimentos e situações. Tal realidade expande-se para todos os produtos veiculados pelos meios e aprofunda-se no gênero jornalístico.

TRAQUINA (1994) explica que, no campo de produção do jornalismo, há uma forte tendência sensacionalista da mensagem. Justifica tal informação explicando que o jornalismo é um negócio que, gradativamente, sofre um processo de desregulamentação aprofundado pela consolidação do neoliberalismo dos anos 80.

O autor destaca que a notícia vai além de traduzir o mundo, ela faz circular acontecimentos e publiciza o real que deseja, e, desta forma, não somente o acontecimento cria as notícias, como também a notícia cria o acontecimento. As notícias são entendidas como uma construção narrativa e uma história seletiva que recebe um enquadramento – um dispositivo interpretativo de seleção – conveniente para o grupo econômico proprietário daquele veículo.

Desta forma, cada vez mais, o conteúdo noticioso é definido com base no mercado e menos com base no que é importante para os leitores ou para os grupos ali representados. O objetivo tem sido maximizar os lucros e minimizar os custos. Ele

destaca que, portanto, o aspecto de serviço público do jornalismo tem encolhido e o público tem sido visto como consumidor de produtos de lazer.

Além disso, os meios de comunicação se consolidaram como agentes de mediação cultural (MARTIN-BARBERO, 1997) e conformam as instituições sociais que têm capacidade de agendar a opinião pública (HABERMAS, 1984) de cidadãos conformando não somente sobre o que pensar (agendando as temáticas), mas, também sobre como pensar (enquadrando as formas de compreender as temáticas).

Esse contexto tem seu ápice com a consolidação dos meios de comunicação de massa, a partir do surgimento da televisão (BOLAÑO, 1998). O autor informa que, no Brasil, em articulação com as instituições políticas, a televisão foi responsável por promover uma integração nacional ao difundir valores e conceitos que serviram para conformar uma identidade nacional capaz de gerar consensos e mediar os conflitos sociais.

Esse panorama se mantém estável durante um longo tempo (até meados da década de 90) até que o processo de digitalização dos meios de comunicação e o surgimento das redes de internet fazem emergir uma série de novos veículos digitais de informação.

Digitalização e jornalismo: as novas tendências de produção na era da internet

Os estudos de PEREZ (1986) informam que, a partir da década de 70, o modelo tecnológico estruturante da produção industrial da sociedade passa por uma transformação. Sobre esta mudança, ela informa que o paradigma técnico de produção migra da tecnologia eletroeletrônica para outra de microeletrônica.

A principal mudança neste paradigma reside na dispersão desses equipamentos e instrumentos tecnológicos na sociedade. Ela explica que, por se tratar de uma tecnologia menor e mais barata, ela é facilmente expandida e dispersada na sociedade. Isto possibilita o acesso ampliado aos equipamentos de produção, fato que, outrora, era dificultado pelos altos custos de aquisição e pela necessidade de espaço físico para a montagem/utilização destes equipamentos.

No campo jornalístico, estas tecnologias são o tipógrafo, o computador, a impressora, as câmeras de filmar/fotografar, os softwares de diagramação jornalística, dentre outros.

O início da produção jornalística fora marcado pela existência desses equipamentos de grande porte que ocupavam as redações. O tempo de produção do jornal era vinculado

às limitações técnicas do meio e, a decisão sobre o conteúdo veiculado, geralmente, se restringia aos gestores das empresas que possuíam os equipamentos que possibilitavam a divulgação da informação pautando a rotina de produção de notícias.

A expansão da microeletrônica como marco de produção industrial da sociedade modificou o panorama jornalístico. A partir da década de 70, a digitalização proporcionou o surgimento de computadores portáteis, câmeras de filmar/fotografar a custos mais acessíveis e, desta forma, ampliou o acesso aos meios.

Com o avanço desse paradigma, em meados da década de 90, foi possibilitada a formação de um cenário de produção distinto, onde foi facilitada a produção de notícias por jornalistas e coletivos de profissionais que nem sempre estavam vinculados aos grandes jornais e redações.

Este cenário viria a ser complementado pelo surgimento da internet. Embora a produção do conteúdo estivesse sendo facilitada com a dispersão dos equipamentos tecnológicos, a distribuição da informação continuava sendo um problema de difícil resolução.

Embora ainda não tenha sido superada estruturalmente, a etapa distribuição do conteúdo ganhou nova dimensão com o surgimento da rede.

A estruturação da internet forjou um cenário novo onde os pólos emissor e receptor perdem sua rigidez e se mesclam no processo jornalístico. Embora o jornalismo tradicional veiculado nos meios de massa (televisão/rádio) ainda gere impacto e tenha força para agendar as temáticas públicas, a produção de conteúdo na internet tem gerado a ampliação de temáticas e abordagens heterogêneas sobre temas comuns. (KUCINSKI, 2007)

A revolução de microeletrônica de hoje leva a organização da produção a uma direção totalmente oposta, descentralizada. Um modo de produção que alguns especialistas chamam tentativamente de digital ou colaborativo, dotado de altíssimo nível de eficiência, e que ao mesmo tempo dilui a separação entre produtores e consumidores, reabre espaços para a produção independente e até a artesanal e comunitária. Esse é o primeiro aspecto básico a ser considerado.(p.2)

A instituição dessas novas modalidades de gestão e organização no campo do jornalismo tem proporcionado um cenário de aparecimento de grupos de jornalismo

diversos, vinculados aos movimentos sociais, organizações do terceiro setor e outras entidades orientadas para fins não mercadológicos.

O jornalismo: uma visão crítica da era analógica

A principal reivindicação dos movimentos sociais que atuam no campo da comunicação é a desconcentração dos meios de produção e distribuição de conteúdo informacional.

O jornalismo na era analógica apresentava, como característica marcante, a forte concentração dos conteúdos jornalísticos que se fragmentavam por cerca de 12 famílias em âmbito nacional. Estes grupos nacionais, associados aos grupos regionais, montaram uma estrutura jornalística concentrada e monopolizada que se manteve estruturada sem grandes alterações desde a década de 70 até meados da década de 90.

A principal problemática desta estrutura está na restrição e seleção das informações. TRAQUINA (1994) informa que o jornalismo é um mecanismo de compreensão da sociedade, um meio por onde as pessoas recebem informação com as quais organizam seu cotidiano e suas vidas.

Desta forma, uma problemática se estabelece quando este conteúdo é divulgado por um número restrito de organizações, pois, possibilita que apenas um número reduzido de discursos seja divulgado e que vozes dissonantes a estes discursos sejam deixadas de lado.

Neste sentido, a qualidade editorial, do ponto de vista da heterogeneidade do discurso, pode ser considerada baixa. Isto porque, o jornalismo dos grandes meios apresenta um fluxo noticioso que tem como conteúdo pautas atreladas às rotinas jornalísticas que, por sua vez, são constrangidas por influências econômicas e políticas (idem).

Quanto à produção de notícias dos grandes meios, pode-se ver que as pautas se concentram em fatos dos eixos Sul/Sudeste e que os conteúdos noticiosos de outras regiões recebem pouco espaço midiático, a não ser, quando se enquadram em acontecimentos sensacionalistas e catastróficos.

Na perspectiva da qualidade técnica, no entanto, destaca-se a elevada aplicação tecnológica de ferramentas que garantem imagem de qualidade, utilização de infográficos, reportagens com apuração aprofundada, dentre outros.

Este quadro começa a apresentar nova fisionomia, quando do estabelecimento da digitalização e sua generalização na sociedade, isto que teve início com a chegada da internet em ambientes domésticos em meados dos anos 90, e vem provocando reestruturações nesse modelo.

O jornalismo: uma visão crítica da era digital

A consolidação da internet vem suscitando diversos posicionamentos teóricos acerca das possibilidades surgidas com o advento das redes digitais. Tanto no jornalismo, quanto nos diversos campos da comunicação, teóricos divergem sobre as possibilidades e os desafios surgidos com as redes telemáticas.

Trabalhos como o do pesquisador LEVY (1999) apontam para uma ampliação da democracia, possibilitada pela descentralização e pela fragmentação dos pólos de produção e distribuição de conteúdo. Já WOLTON (2003) apresenta um posicionamento cético em relação aos meios digitais e chega a apontar que, para um trânsito ideal de informações na rede, os receptores precisam demandar suas capacidades mentais e que isto aprofunda as desigualdades de acesso informacional.

Ainda no campo teórico, mas, já mirando para o campo específico da produção jornalística, pesquisadores como MACHADO (2000) e PALÁCIOS (2005) do **Grupo de Pesquisa em Jornalismo Online**, vinculado ao Departamento de Comunicação da Universidade Federal da Bahia (UFBA) informam que, desde o surgimento da internet, o campo jornalístico tem buscado se inserir nas redes e que isto tem sido feito de distintas maneiras.

Eles classificam as fases em gerações e explicam que, o jornalismo na rede já passou por mudanças significativas desde o surgimento da internet. O jornalismo de 1ª geração, por exemplo, fora marcado por uma virtualização das redações que, estabeleceram uma prática jornalística transcritiva. Isto significa que ainda não havia linguagem específica para a internet e que o conteúdo impresso era simplesmente transcrito para o meio digital. Nesta fase, o conteúdo ainda era produzido, basicamente, por empresas jornalísticas já estabelecidas no campo analógico.

Com o surgimento de plataformas como blogs e microblogs, redes sociais e o avanço da internet para a telefonia móvel, o jornalismo na era digital entra em sua 5ª geração e é marcado por uma diversidade de práticas.

De um lado, os veículos tradicionais se repositionam no mercado criando novas estratégias de arrecadação econômica, como os jornais disponíveis exclusivamente para tablets e a cobrança de assinaturas para acesso aos conteúdos virtuais. De outro, iniciativas desconcentradas ganham terreno e o jornalismo produzido por profissionais não vinculados às empresas consolidadas se amplia em quantidade.

Possibilitada pela articulação entre a questão tecnológica - expressa no avanço da internet 3G para a telefonia; no barateamento dos equipamentos de produção – e um processo de engajamento por parte dos profissionais e grupos sociais, a produção jornalística atual tem apresentado pontos de ruptura em relação àquela praticada nas editorias consolidadas.

Material e métodos

Esta é uma pesquisa de cunho quantitativo/qualitativo. Para a análise quantitativa do acesso dos leitores às mídias digitais estudadas, foram utilizadas as ferramentas de análise disponíveis no Youtube, a youtube analytics, e no site institucional.

Para analisar o material publicado pela mídia, o qual orientou as estratégias de ação da equipe de comunicação, foi feito um levantamento quantitativo de veiculações midiáticas entre Maio de 2011 e Dezembro de 2012 presentes no Relatório final do projeto Catadoras de Mangaba de Sergipe: Gerando Renda e Tecendo Vida em Sergipe (2012). Foram exibidas oito reportagens televisivas sobre as Catadoras de Mangaba e foram levantadas 13 publicações impressas relativas ao grupo.

Para analisar as matérias, a metodologia utilizada neste artigo é fruto das contribuições de ROTHBERG (2011), que, em seu trabalho, indica “os contornos de uma metodologia de crítica de mídia que possa gerar análises ponderadas sobre virtudes e imperfeições de matérias jornalísticas” (p.3).

Ancorado pelo código de ética do American Society of Newspaper Editors, o autor indica que uma análise crítica da mídia, a partir de conexões com a teoria do enquadramento, deve refletir sobre temas de análise como a) suposições e visões preconcebidas que a notícia molda e b) quais significados são propagados?

Diante da proposta metodologia do autor, este estudo de caso se realizará a partir de uma apropriação dessa metodologia e a aplicação desta para a análise das notícias.

RESULTADOS E DISCUSSÕES

A produção de notícias no Projeto Catadoras de Mangaba Gerando Renda e Tecendo Vida em Sergipe

Sob a orientação dos objetivos do projeto e frente aos desafios da produção de notícia na modernidade, o trabalho da equipe de comunicação dedicou-se em produzir conteúdo para a constituição de uma opinião pública (HABERMAS, 1984) em torno das Catadoras de Mangaba que pudesse responder às demandas diagnosticadas.

Assim, o trabalho desenvolvido buscou construir conteúdo noticioso através do enquadramento de dois temas predominantes: i) conflitos políticos e/ou organização social nas comunidades de Catadoras de Mangaba ii) a produção cooperada e beneficiada de alimentos derivados dos frutos da restinga e de seus quintais.

Para realizar este trabalho foram utilizadas diversas ferramentas de comunicação. No entanto, por limitações metodológicas de análise, esse artigo apresentará o trabalho desenvolvido nas mídias digitais utilizadas: i) uma rede social (youtube) e ii) site institucional. Além disso, também realizará uma análise crítica da mídia do conteúdo publicado pelos veículos locais.

Diante do exposto no referencial teórico, pode-se destacar que as mídias tradicionais reservam pouco espaço para a difusão de enquadramentos alinhados às necessidades de serviços público de comunidades e de leitores.

Assim também foi verificado na análise do conteúdo local. A abordagem midiática privilegiou o enquadramento das catadoras de mangaba como agentes produtoras de alimentos e deu pouco espaço ao seu papel de mobilizadoras e protagonistas políticas.

Diante disso, a produção de conteúdo noticioso das mídias digitais institucionais produziu conteúdo referente ao papel das catadoras em espaços políticos como fóruns, marchas e conferências sociais. Também destacou o processo de produção de alimentos

articulando esta prática aos saberes tradicionais das comunidades de catadoras de mangaba, enfatizando sua importância cultural.

Análise das mídias utilizadas

O canal do youtube – as mídias digitais foram utilizadas para divulgar as demandas das Catadoras de Mangaba através dos dois enquadramentos destacados. Desta forma, as publicações divulgaram os eventos relativos à comercialização dos produtos beneficiados pelas extrativistas, destacando os processos cooperados de produção e a importância desta prática alimentar para a manutenção da cultura das mulheres.

Também foram publicados vídeos relativos ao processo político de organização social das extrativistas. Além disso, também funcionou como espaço de contato e envio de pautas para a imprensa local, b) articulação com outras organizações sociais para o desenvolvimento de atividades, c) publicação de conteúdos conflituosos que não puderam ser expressos na mídia tradicional, d) publicidade para os produtos comercializados e divulgação de ponto de venda.

Através da ferramenta Analytics, disponível no site da rede, são identificadas 1.996 visualizações. Destas, 1.852 oriundas do Brasil, 37 de Portugal e 15 dos Estados Unidos.

Constam ainda visualizações da França, Itália, Suriname e Kuwait. Deste conteúdo, 20% foram assistidos em outros sites onde os vídeos foram incorporados, 68% na página de exibição do youtube, 4,6% em dispositivos móveis e 6,8% na página do canal institucional deste projeto no youtube.

Isto demonstra que, embora não tenha o alcance de distribuição das mídias tradicionais, teve acesso em distintos países levando as demandas das Catadoras de Mangaba para públicos que não teriam acesso ao conteúdo através das mídias tradicionais.

Sobre os vídeos mais acessados: o documentário Mulheres Mangabeiras é o vídeo mais assistido do canal, com 319 visualizações, seguido por outros de temáticas relativas à produção cultural das extrativistas (artesanato da palha e produção musical). Um vídeo abordando a luta pelo acesso às terras de cata de Mangaba aparece em 9º lugar nas visualizações, com 81 exibições.

Isso demonstra que, no youtube, o enquadramento das Catadoras de Mangaba como grupo cultural recebeu maior acesso do que outros onde a abordagem enquadrava as Catadoras como grupo de atuação política.

Esta realidade aponta que, para o público que acessou o canal, interessa mais o papel social delas enquanto grupo cultural do que enquanto grupo político. Desta forma, a análise permite criar estratégias para que sejam incorporados elementos de atuação política nas divulgações culturais, uma vez que, o processo cultural também configura-se como um processo de resistência social e política.

Site institucional

Para a produção de conteúdo para o site, foram utilizados conteúdos multimidiáticos, como a produção de podcasts, a utilização de vídeos e a produção de textos. A utilização de podcasts e de vídeos se configurou como uma opção para produção de conteúdo que privilegiasse a imagem e a opinião das extrativistas.

No processo de produção de texto, a opinião das Catadoras aparece no formato de depoimentos. No entanto, a equipe de comunicação identificou a necessidade de inserir conteúdo onde contassem as Catadoras falando por elas mesmas com o objetivo de utilizar o site institucional como meio de divulgação de suas opiniões e narrativas.

Assim, na seção Quem Somos, foram publicados quatro podcasts onde as extrativistas apresentam as principais reivindicações enquanto Comunidade Tradicional de Catadora de Mangaba. Destaca-se o trecho de Alícia Morais, presidente da Associação das Catadoras de Mangaba de Indiaroba (Ascamai):

“Meu nome é Alícia Santana Salvador Morais (...) sou pescadora, marisqueira, Catadora de Mangaba e batalho para que, futuramente, nossas crianças de hoje possam ver as Mangabeiras livres. Lutamos para que haja a derrubada das cercas e que as mangabeiras sejam livres. A gente sabe que a mangaba é uma fruta nativa e não existe dono do pé. Se é que existe, esses donos somos nós, as Catadoras de Mangaba que, além de coletar também cuidamos e preservamos a árvores”.

Já no tocante à produção dos textos, na seção Notícias, a equipe de comunicação privilegiou os acontecimentos que divulgaram as feiras de comercialização e a atuação política das extrativistas em fóruns, marchas e outras instâncias de organização social.

Para tanto, foram privilegiadas as publicações referentes à participação das Catadoras de Mangaba em espaços de atuação política como na Marcha das Margaridas em Brasília, na Conferência Estadual de Educação, em reuniões para discussão em torno da Reserva Extrativista do Litoral Sul, além de pautas frias relativas à especulação imobiliária, ao turismo predatório e ao processo de organização política.

Assim, buscou concorrer com o enquadramento da opinião pública constituída pela mídia tradicional, objetivando informar à sociedade o contexto político do entorno da cata da Mangaba. Isto é importante pois, “muitos fatos são relatados de forma descontextualizada, desprovidos das inter-relações com a esfera social, política e econômica, e sem vinculação com os fatos ou decisões pertinentes ao dia-a-dia da população”. (AGUIAR 2008, p. 2).

A comunicação proposta no projeto propôs a disseminação das problemáticas vivenciadas pelas Comunidades Tradicionais de Catadoras de Mangaba colaborando também com elementos na formulação de políticas públicas e conquista de direitos pelas extrativistas.

No tocante à divulgação sobre feiras e pontos de comercialização, as notícias buscaram associar a produção às práticas culturais das extrativistas e publicizar os produtos e os eventos de modo que isto contribuísse para aumentar a comercialização e, assim, contribuir com a geração de renda das extrativistas.

O total de acessos no site, registrado no Relatório Final do Projeto Catadoras de Mangaba (2012) registra 650.919 acessos. Dentre estes, constam países como Portugal, Itália, Turquia, Rússia. Não é possível verificar as matérias mais acessadas, e, deste modo, não é possível ter o feedback em relação à temática principal.

Análise crítica da mídia e o enquadramento das Catadoras de Mangaba em dois veículos da mídia sergipana

A construção de uma opinião pública pelos veículos de imprensa, em torno das Catadoras de Mangaba tem sido, recorrentemente, enquadrada em ações relativas ao processo de comercialização e beneficiamento de frutos.

Fundamental para o processo de geração de renda das Catadoras, esta abordagem midiática contribui com publicidade aos produtos que elas comercializam e funcionam

como espaço de divulgação de feiras e pontos de comercialização. Uma observação aleatória feita nos pontos de venda permitiu constatar que, muitos visitantes chegaram até o local da compra informados pela televisão ou pelos jornais impressos.

No entanto, uma problemática se estabelece quando a veiculação desta temática se sobrepõe às outras pautas - que também estão presentes no contexto das Catadoras - resultando em omissão de conteúdos relevantes que envolvem a produção e o extrativismo da mangaba em Sergipe.

A veiculação deste tipo de enquadramento contribui para a constituição das Catadoras de Mangaba como um grupo produtor de alimentos que “mudou de vida depois de inovar nas receitas” (Jornal Cinform, 29/11 à 04 de dezembro de 2012) e que participam do projeto para “aprimorar técnicas de cozimento e desenvolver técnicas e receitas” (TV Sergipe, 1ª edição em 24 de outubro de 2012).

Este enquadramento contribui para um esvaziamento político dos conflitos sociais vivenciados pelas extrativistas que, recorrentemente, tem seus temas enquadrados em colunas de variedades, cultura ou gastronomia.

Para qualificar a abordagem midiática e concorrer com o enquadramento proposto pelos veículos, a atuação dos profissionais da comunicação no projeto buscou produzir informações sob a perspectiva de atuação social e organização política das Catadoras, pautando os conflitos sociais que vivenciam, as soluções coletivas que vem sendo construídas e as bandeiras políticas que defendem.

Portanto, dentre as táticas da assessoria de comunicação, consta a intenção de qualificar a abordagem midiática e , desta forma, interferir no processo de produção de notícias a partir da inserção desses temas nos produtos de comunicação que foram desenvolvidos, envio de releases à imprensa e nos depoimentos e entrevistas dados aos veículos.

Assim, a assessoria de comunicação pretendeu configurar-se como uma “fonte de prospecção de pautas e pesquisa de material prévio para entrevistas e reportagens” (AGUIAR, 2008, p.5).

A abordagem midiática privilegiou os assuntos relacionados à culinária e aos alimentos produzidos pelas extrativistas dando pouco ou nenhum destaque aos conflitos políticos do entorno sócio-político, tendência apontada por TRAQUINA (1994).

De acordo com a produção jornalística mapeada entre Maio/2011 e Dezembro de 2012 nas TV Sergipe e TV Atalaia presentes no Clippagem institucional do projeto, foram exibidos oito reportagens televisivas sobre as Catadoras de Mangaba.

Tabela 1: Veiculação de conteúdo nas TVs Atalaia e Sergipe

PAUTA	NÚMERO DE INSERÇÕES
comercialização dos produtos beneficiados	7
Conflitos políticos e/ou organização social	1

No tocante à publicação no veículo impresso, nos jornais Jornal da Cidade, Cinform e Jornal do Dia foram levantadas 13 publicações relativas às Catadoras de Mangaba, os temas são verificados conforme tabela abaixo:

Tabela 2: Veiculação de conteúdo em três jornais impressos locais

PAUTA	NÚMERO DE INSERÇÕES
comercialização dos produtos beneficiados	5
Conflitos políticos e/ou organização social	2
Outros (divulgação do Documentário Mulheres Mangabeiras, do disco Canto das Mangabeiras, participação em eventos)	6

No entanto, destaca-se uma notícia que abordou o assunto de maneira contextualizada. Foi a matéria produzida pela jornalista Daniele Noronha onde foram abordados os conflitos políticos vivenciados pelas Catadoras, bem como as saídas coletivas que elas vêm buscando para estes conflitos. Vale destacar que a produção de alimentos também

consta nestas matérias, no entanto, verifica-se uma abordagem contextualizada com a realidade das extrativistas.

Entende-se que este tipo de reportagem contribui para a complexificação da compreensão em torno da cultura da mangaba por situar o contexto político de onde são extraídos os frutos e de onde são produzidos os alimentos beneficiados.

A reportagem impressa "Comunidade tradicional luta para manter fonte de renda", publicada na edição de número 170 da revista Caros Amigos, surgiu a partir da iniciativa da jornalista, que, em seguida, ofereceu a reportagem para o veículo. É válido destacar esse processo, pois, a pauta não partiu do veículo e sim do profissional, que espontaneamente, a produziu.

Tendência apontada por VILLAR (p.1, 1997) quando destaca que a “imprensa brasileira dificilmente trata dos problemas ambientais com profundidade na pauta das discussões públicas. As exceções são fruto de um esforço pessoal e isolado.”

O LEAD, presente no primeiro parágrafo, explicita a abordagem que será dada ao texto:

Localizada no litoral sul de Sergipe, o município de Indiaroba contribuiu decisivamente para a criação e difusão, nos últimos anos, do movimento de defesa das Catadoras de Mangaba do estado, uma atividade extrativista que é passada de geração em geração há muito tempo. É mais do que uma fonte de renda da comunidade, é uma tradição familiar – agora ameaçada pela especulação imobiliária e outras atividades industriais. (NORONHA, 2011)

Ao longo da matéria, a jornalista ainda descreve os problemas sociais relativos i) à moradia ii) à extinção das áreas de Mangaba iii) ao reconhecimento das extrativistas como grupo socialmente constituído iv) à criação da Reserva Extrativista do litoral sul (Resex).

A abordagem da jornalista difere do padrão de jornalismo ambiental hegemônico pautado pela descontextualização/ omissão de informações relevantes, pelo alarmismo e pela banalização dos fatos, e avança já que “explica e aponta soluções para os problemas ambientais” (AGUIAR, p.7, 2008)

Conclusão

Diante da breve análise exposta, pode-se notar que a mídia tradicional enquadra as Catadoras de Mangaba, prioritariamente, como culinárias divulgando notícias relativas ao processo de produção de alimentos e a realização de feiras. Isto é importante, pois, contribui para a publicização dos produtos comercializados fazendo com que a informação em torno dos produtos seja divulgada e, assim, as vendas aumentem.

No entanto, a abordagem é limitada e não apresenta o contexto sócio-político e cultural de produção desses alimentos, omitindo informações conflituosas que estão no entorno desta produção alimentar, como a dificuldade de acesso às terras, a perseguição política dentre outras.

Além disso, as pautas enviadas aos veículos que eram relativas aos seminários e aos eventos de organização política do grupo não tiveram aceitação ampla. Já as pautas de feiras e eventos tiveram amplo reconhecimento recebendo divulgação dos veículos contatados.

Deste modo, a equipe buscou configurar-se como um pólo de comunicação e informação. Este que pudesse construir abordagens em torno das Catadoras de Mangaba com ênfase nos processos políticos e organizativos que vêm desenvolvendo.

Para isso, utilizou as mídias digitais. Estas que, embora apresentem limitações de distribuição em relação às mídias tradicionais, possibilitam a abordagem de temas conflituosos que não tiveram espaço na mídia.

Também propôs produzir conteúdo que pudesse qualificar o enquadramento dado pela mídia tradicional, que, muitas vezes esvazia os conflitos políticos que envolvem as extrativistas. Isto, para que fosse possível a constituição de uma opinião pública comprometida com o processo de transformação social, pelo qual lutam as extrativistas.

Referências Bibliográficas

AGUIAR, Sônia. **Ciência, Jornalismo e Meio ambiente: confrontos discursivos**. In: SOUSA, Cidoval (org). **Jornalismo Científico & desenvolvimento regional: estudos e experiências**. Campina Grande: EDUEPB, 2008, p. 168-180.

BOLAÑO, César. (Org). **A Economia Política da Internet** . 1ª Ed. São Cristóvão: Editora UFS, 2007

_____. **Mercado Brasileiro de Televisão**. Mercado brasileiro de televisão. Aracaju : PEUFS, 1988.

HABERMAS, Jurgen. **Mudança Estrutural da Esfera Pública**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1984

JESUS, Sonia Meire. **Relatório do Projeto Produção de saberes e práticas de trabalho das mulheres catadoras de mangaba de Sergipe**. Universidade Federal de Sergipe. Financiamento: CNPq. 43. p. São Cristóvão, 2010.

JORNAL CIFORM. **Derivados da Mangaba**. Notícia publicada em 29/11 à 04 de dezembro de 2012. Edição no. 1542

KUCINSKI, Bernardo. **Reflexões sobre o impacto da internet no campo do jornalismo**. SEAD III- Seminário de Estudos em Análise de Discurso, UFRS. Porto Alegre, 31 de outubro de 2007

LÉVY, Pierre. **Cibercultura** São Paulo: Editora 34, 1999, 264p.

MACHADO, Elias. **La estructura de la noticia en las redes digitales. Un estudio de las consecuencias de las metamorfosis tecnológicas en el periodismo**. Tese de doutorado, Barcelona, 2000.

MARTIM-BARBERO, Jesús. **Dos meios as mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. Rio de Janeiro: UFRJ, 1997.

MOTA, D.M.; SCHMITZ, H.; SILVA JÚNIOR., J.F. **O extrativismo em tempos de globalização**. In: Sociedade Brasileira de Sociologia, 13. Recife. Anais. Recife: SBS. 2007.

NORONHA, Danielle. **Comunidade tradicional luta para manter fonte de renda**. In: Revista Caros Amigos, no. 170, Maio-2011

PALACIOS, Marcos. **Natura non facit saltum: Promessas, alcances e limites no desenvolvimento do jornalismo on-line e da hiperficção**. E-Compós, v. 1, n. 2, 2005

PEREZ, Carlota. **Las nuevas tecnologías: una visión de conjunto**. In.: Ominami, (ed.). La tercera revolución industrial. Buenos Aires: Ed Buenos Aires, pp. 43-89.1986

Relatório final do projeto Catadoras de Mangaba de Sergipe: Gerando Renda e Tecendo Vida em Sergipe. Ascamai, (2012)

ROTHBERG, Danilo. **Enquadramento e metodologia de crítica de mídia**. In: Anais do 5º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo. Universidade Federal de Sergipe – 15 a 17 de novembro de 2007.

REYES. Rogelio Fernandez. **En torno al debate sobre la definición del periodismo ambiental**. Ambitos No especial 9-10. 2º semestre 2002 – Ano 2003 (PP 143-151)

_____. **Periodismo Ambiental y periodismo sostenible**. In: Ambitos. No. 11-12- setembro/2004.

THOMPSON, J.B. **Mídia e Modernidade: uma teoria social da mídia**. Petropolis, RJ : Vozes, 1998.

TRAQUINA, Nelson. **Jornalismo: Questões, teorias e "estórias"**. Lisboa: Vega, 1994

VILLAR, Roberto. **Jornalismo Ambiental. Evolução e Perspectivas**. In: Imprensa e Pantanal. Laboratório Ambiental de Jornalismo, UFMT-29 a 31 de outubro, 1997

WOLTON, Dominique. **Internet, e depois? Uma teoria crítica das novas mídias**. Porto Alegre: Sulina, 2003