

## A cobertura jornalística do índio de Alagoas na imprensa local<sup>1</sup>

Salmom Lucas Monteiro COSTA<sup>2</sup>  
Magnólia Rejane Andrade dos SANTOS<sup>3</sup>  
Universidade Federal de Alagoas, Maceió, AL

### Resumo

O trabalho busca pôr em discussão o tratamento editorial dado pelo jornal impresso Gazeta de Alagoas sobre a temática indígena, mapeando as representações acionadas e os estereótipos construídos no conteúdo jornalístico, através do agendamento da notícia que é feito, tanto no gênero informativo, quanto no opinativo. Para análise da amostra da pesquisa, composta por 34 produtos noticiosos coletados entre o período de janeiro de 2011 a junho de 2014, a metodologia utilizada foi a da Análise de Conteúdo (AC) proposta por Bardin (1977), onde buscou-se observar, a partir dos conceitos das Teorias do Jornalismo, com ênfase na Teoria da Agenda de McCombs (2009), o enquadramento do espaço ocupado pelo índio no maior veículo impresso de Alagoas.

**Palavras-chave:** Agenda-setting; Gazeta de Alagoas; índios; representações; Teorias do jornalismo.

### INTRODUÇÃO

Os índios continuam no imaginário coletivo como seres primitivos e isolados da sociedade, vivendo ainda no mesmo modo quando as caravelas colonizadoras os encontraram na época do descobrimento do Brasil em 1500. Um senso comum difundido no cinema, na televisão, eternizado na literatura e ensinado nas escolas. O passado continuaria presente e o índio seria aquele que, mesmo no século 21, viveria no norte do país, seminú, com o corpo pintado, cocares na cabeça, falando línguas desconhecidas, arco e flecha na mão e sobrevivendo da caça e pesca. É evidente que indígenas assim ainda existem, mas fazem parte atualmente de uma minoria.

Atualmente, no Brasil, os quase 900 mil índios espalhados pelo país estão organizados em um contexto diferente do que a população não indígena idealiza. Conforme alguns dados apresentados pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), mais

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado na Divisão Temática Jornalismo, da Intercom Júnior – XI Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Recém-graduado em Comunicação Social, com habilitação em Jornalismo pela Universidade Federal de Alagoas. E-mail: [salmom.monteiro@gmail.com](mailto:salmom.monteiro@gmail.com)

<sup>3</sup> Orientadora do trabalho. Professora do curso de Comunicação Social da Universidade Federal de Alagoas. Doutora em Comunicação e Semiótica pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo. E-mail: [magnoliasantos@hotmail.com](mailto:magnoliasantos@hotmail.com)

de um terço dos índios encontram-se em áreas urbanas, a maioria fala português, apenas 12,6% têm como moradia ocas ou malocas e 70,1% dos domicílios dentro dos territórios indígenas possuem energia elétrica de companhia de abastecimento ou outras fontes.

No estado de Alagoas, com a 18ª maior população indígena do Brasil, a realidade não é muito diferente do panorama nacional. Ao todo são 11 comunidades reconhecidas pela Fundação Nacional do Índio (Funai), comunidades que enfrentam problemas relacionados à demarcação de terra, falta de assistência médica, educação escolarizada deficitária e preconceito. Entretanto, apesar das muitas dificuldades vivenciadas, milhares de índios mantêm viva a cultura e lutam, inclusive, pelo direito de serem reconhecido como indígenas.

Nesse contexto, em contraposição a toda a fantasia e folclore que existe em torno do índio, está a realidade escolhida dos fatos que a imprensa, palco contemporâneo do debate público, divulga. O presente trabalho busca investigar o quadro de representações e a construção significativa dos povos indígenas de Alagoas por meio do agendamento das notícias que são veiculadas, tendo como recorte central textos jornalísticos do jornal impresso Gazeta de Alagoas, publicados entre o período de janeiro de 2011 a junho de 2014. Considerando a objetividade e fidedignidade esperada nos resultados, a pesquisa organizou-se, segundo o método da Análise de Conteúdo (AC) de Bardin (1977), em torno de um roteiro específico de três etapas cronológicas, que são da: pré-análise, exploração do material e tratamento dos resultados e interpretação.

No geral, 1.094 edições do jornal foram averiguadas, das quais os temas referentes aos indígenas de Alagoas foram manchetes de capa em nove edições e pautaram 34 produtos jornalísticos, distribuído em três artigos de opinião, cinco reportagens especiais e 26 notícias. A partir da investigação quantitativa e qualitativa do conteúdo publicado, com respaldo teórico das Teorias do Jornalismo, com ênfase na Agenda-setting, a verificação do tratamento editorial, marcas de apuração e composição do produto buscam provocar uma discussão sobre as pautas que colocam os indígenas nas páginas do impresso alagoano, refletindo até que ponto o veículo pode contribuir para a formação de uma leitura distorcida, que não condiz com a realidade aprofundada dos fatos, sobre o índio alagoano.

## **JORNALISMO IMPARCIAL: A SUBJETIVIDADE DA NOTÍCIA**

Os meios de comunicação de massa constituem-se como um universo de fatos acontecendo pelo mundo neste exato momento. Um mundo editorado nas páginas do impresso, nas ondas da radiodifusão, nas imagens em alta definição do aparelho de TV e disperso na infinidade de sites noticiosos da *web*, onde os acontecimentos são divididos – ou fatiados - em cadernos de política, economia, cidades, polícia, religião, rural, internacional, cultura e demais categorias que organizam canonicamente os fatos noticiosos, do dia a dia, na mídia para todo o público.

A metáfora bastante conhecida da TV como “janela para o mundo” também poderia estender-se aos demais veículos de comunicação, independente das diversas conotações da frase. O fato é que a mídia ordena, hierarquiza e simplifica, de modo geral, as ocorrências do dia, abrindo a janela para mostrar, contudo, não uma realidade fidedigna e “um reflexo claro dos acontecimentos do cotidiano” (PENA, 2010, p. 125), como afirma a teoria do espelho<sup>4</sup> do jornalismo, mas sim um olhar, uma interpretação midiaticizada dos eventos rotineiros.

São imagens idiossincráticas, realidade de segunda mão, formada, sobretudo, pela percepção e relato humano do jornalista, além dos critérios de noticiabilidade dos meios, onde são “mais do que simples canal de transmissão dos principais eventos do dia. A mídia constrói e apresenta ao público um pseudoambiente que significativamente condiciona como o público vê o mundo” (MCCOMBS, 2009, p. 47). Para Maxwell McCombs,

Há muitos eventos e situações solicitando a atenção dos jornalistas. Uma vez que não há nem a capacidade de coletar informação sobre todos estes eventos nem a capacidade de contar à audiência sobre eles, os jornalistas apoiam-se sobre um conjunto e normas profissionais que guiam sua seleção diária do ambiente. O resultado é que veículos noticiosos apresentam uma visão limitada do ambiente mais amplo, algo como a visão altamente limitada do mundo exterior disponível através de uma estreita fresta de alguns edifícios contemporâneos. (Idem, *Ibidem*, p. 44 e 45)

Sobre a visão limitada da imprensa, Moreira, através dos conceitos de Gomis, afirma que “para cada notícia publicada, costuma-se dizer que nove são desprezadas” (2006, p. 27). Os assuntos escolhidos para comporem a agenda midiática seriam aqueles hábeis de suscitar comentários, uma “versão jornalística de um fato capaz de ter

---

<sup>4</sup> A teoria do espelho é uma das teorias mais antigas do Jornalismo e a primeira tentativa de entender porque as notícias são da maneira que são, desenvolvida a partir do ano de 1850. O conceito inspira-se nas ideias positivistas do filósofo francês Auguste Comte (1798-1857) e surgiu numa época de profundas transformações na imprensa dos Estados Unidos com o desenvolvimento de uma rentável e promissora indústria noticiosa de massa.

repercussões” (GOMIS, apud, MODEIRA, 2006, p. 24). Assim, durante o processo de seleção do que é ou não notícia,

são jogadas ao cesto, cinco, dez ou quinze que, se publicadas, haveriam sido consideradas igualmente notícia. E como essa seleção não se faz ao azar, mas em virtude de uma decisão que alguém toma, pode-se deduzir que umas notícias são mais notícias que outras, segundo a lógica dos meios e o critério de quem seleciona as notícias. (MOREIRA, 2006, p. 24)

Nesse contexto, ainda de acordo com o autor, a imagem do repórter não deve ser a daquela que busca incansavelmente as informações que estão na rua, porém a daquela que apenas seleciona. Os fatos escolhidos para estarem na agenda obedecem, invariavelmente, a várias etapas de decisão e negociação com agentes envolvidos, onde os profissionais - os *gatekeepers*<sup>5</sup> -, ao filtrarem, ativam vários padrões viciados de critérios de noticiabilidade, influenciados sob a pressão de fatores como

autoridade do proprietário, possibilidade de sanções, normas consuetudinárias e ética profissional, influência normal dos colegas, valores profissionais, antecedentes familiares e geográficos, conhecimentos, experiências e gostos, pressões da comunidade e estrutura social exterior, demais grupos de referência presentes no mundo da informação. (Idem, Ibidem, p. 29)

Os valores-notícia, portanto, funcionam como um filtro utilizado durante a seleção e construção social dos fatos “eleitos” pelos jornalistas para estarem na agenda da mídia. Valores que não são naturais, mas sim

fruto da cultura jornalística e de uma intenção prévia, e esta pode originar-se em um nível pessoal, organizacional, social, econômico, ideológico etc. Tanto os sujeitos com as rotinas e também certos segmentos sociais, por exemplo, são agentes de valoração e construção das notícias. Em determinadas ocasiões, o que chamamos de “fatos jornalísticos” podem nos dizer pouquíssimo sobre a sociedade em que vivemos. (Idem, Op. Cit., p. 40).

E são os fatos jornalísticos, as notícias devidamente escolhidas para comporem a agenda midiática, que Lippmann destaca serem “nossas janelas ao vasto mundo além de nossa experiência direta” e que “determinam nossos mapas cognitivos daquele mundo” (LIPPMANN apud MCCOMBS, 2009, p. 19). Assim, é inegável a importância da imprensa na disseminação de informação e posição de destaque na constituição da esfera pública.

---

<sup>5</sup> A teoria do gatekeeper surgiu na década de 1950. Segundo Pena, diante de um grande número de acontecimento, só viraria notícia aquilo que for selecionado por uma pessoa com o poder de decidir se deixa passar a informação ou evita que a mesma seja publicada no veículo de comunicação (PENA, 2012).

Segundo McCombs, as representações que possuímos em mente têm muitas origens, entretanto, “entre as várias fontes existentes para o nosso conhecimento do mundo que nos cerca, os mass media são especialmente proeminentes” (Idem, *Ibidem*, p. 62 e 63). Seja através da interação entre os indivíduos no mesmo ambiente ou, até mesmo, no ciberespaço, principalmente hoje, com a internet, nas plataformas de redes sociais digitais – como *Twitter*<sup>6</sup>, *Facebook*<sup>7</sup> e *WhatsApp*<sup>8</sup> -, os meios de comunicação, conseqüentemente, acabam pautando as conversas cotidianas e apresentam uma agenda de imagens fragmentadas e recortadas em vários ângulos dos principais acontecimentos do dia que, conforme explana Baccega,

o mundo que nos é trazido, que conhecemos e com base no qual refletimos é um mundo que nos chega editado, ou seja, ele é redesenhado num trajeto que passa por centenas, às vezes milhares de filtros até que apareça no rádio, na televisão ou no jornal (BACCEGA apud MARTINO, 2003, p. 90)

Partindo dessa reflexão, é a realidade dos fatos reconstituída e recontextualizada, no qual “as notícias aparentemente objetivas reconstituem um determinado fato situando-o em um contexto diverso, por vezes distante de sua situação original” (SAPEROS apud MARTINO, 2003, p. 68), que o público irá considerar os temas tratados na agenda de significativa importância, assuntos, como já foi colocado, que passam por todo um processo industrial de seleção, produção e ressignificação antes de serem publicados, onde receptor não possui a mínima ideia de como aquela mensagem é processada; conteúdos devidamente filtrados e incluídos na agenda da mídia e que, ao chegarem na agenda pública, possuem ferramentas linguísticas significativas capazes de influenciar o público no que pensar e como pensar sobre os assuntos devidamente formatados com objetividade textual e disfarçados de imparciais nos veículos de comunicação.

Ao averiguar 1.094 edições do jornal *Gazeta de Alagoas* e coletar 34 produtos noticiosos encontrados em diferentes editorias e temáticas sobre os índios do estado de Alagoas, verificou-se, que apesar do pouco número de matérias publicadas em relação ao período de tempo demarcado da pesquisa, a sequência de informações acerca da pauta indígena forma representações e, conseqüentemente, oferece ao público leitor,

---

<sup>6</sup> Site de rede social em que o usuário pode publicar mensagens sobre qualquer assunto que desejar abordar em até 140 caracteres. Lançado em 2006.

<sup>7</sup> Site de rede social, lançado em 2004.

<sup>8</sup> Aplicativo para smartphone, que permite a troca de mensagens pelo celular sem custo financeiro, desde que esteja conectado à internet. Lançado em 2010.

intencionalmente ou não e de maneira comedida, determinadas imagens que podem acumular-se na memória do receptor e assim contribuir para a formação do repertório cognitivo do objeto em pauta, o índio.

## **OS POVOS INDÍGENAS**

Com a chegada dos portugueses ao Brasil, até a década de 1970 a população indígena brasileira caiu drasticamente. Durante séculos, sobretudo no período colonial, a política oficial vigente no país era a de extinção física ou cultural dos índios que, segundo Márcio Santilli, superar a “condição indígena foi um valor inculcado nas comunidades indígenas e na própria sociedade nacional” (2000, p. 21). Muitas comunidades foram exterminadas e outras violentamente descaracterizadas simbolicamente e fisicamente.

A partir da década de 1980, mesmo com o pessimismo ainda vigente de que não existiria mais futuro para os índios no Brasil, principalmente pelo cenário desfavorável constituído aos povos ao longo da história e agravado nos anos de ditadura militar (1964-1985), a população indígena volta a crescer em várias regiões do país, sobretudo após a promulgação da Constituição Federal de 1988, que introduziu mudanças profundas no cenário nacional ao reconhecer direitos permanentes aos índios.

Hoje, após a reversão da curva demográfica favorável aos indígenas, a população, de acordo com o último censo de 2010 realizado pelo IBGE, soma, entre autodeclarados índios e não autodeclarados<sup>9</sup>, 896.917 pessoas, no qual 36,2% estão em área urbana e 63,8% na área rural. Representados por 305 etnias e distribuídos em todos os estados brasileiros e distrito federal, 57,7% dos índios do país ocupam um espaço de 106,7 milhões de hectares de terras indígenas identificadas pela Funai, o equivalente a 12,5% do território brasileiro.

Em Alagoas, o estado possuiu a 18ª maior população autodeclarada indígena do Brasil e a sexta do Nordeste, com 14.509 indivíduos que representam um universo de 0,5% da população total do estado e 1,8% dos índios do país autodeclarados, segundo dados do último censo. Apesar do número pouco significativo em comparação com os demais estados da federação melhores posicionados no ranking populacional, em 10 anos o crescimento quantitativo dos indígenas no território alagoano foi de 59,8%, bem acima da média nacional no mesmo período.

---

<sup>9</sup> Mas ao mesmo tempo, conforme a metodologia de pesquisa do IBGE, se consideram índios.

A população indígena de Alagoas está agrupada em 11 povos reconhecidos pela Funai, que são: Wassu-Cocal, com extensão territorial nos municípios de Joaquim Gomes, Matriz do Camaragibe, Colônia Leopoldina e Novo Lino; Kariri-Xocó, situado nas cidades de Porto Real do Colégio e São Braz; Xukuru-Kariri, localizado em Palmeira dos Índios; Tingui-Botó, nos municípios de Feira Grande e Campo Alegre; Aconã em Traipu; Geripankó, Katokim e Karuazu na cidade de Pariconha; Karapotó em São Sebastião; Koiupanká no município de Inhapi e Kalankó em Água Branca.

Segundo o coordenador regional da Funai em Alagoas, Frederico Vieira Campos<sup>10</sup>, a imagem do índio, sobretudo do Nordeste, ainda é marginalizada pela sociedade, que desconhece a real situação do indígena da região e, pelo afastamento físico e cultural, tende a estabelecer uma imagem idealizada, estereotipada, construída, sobretudo, por meio dos livros de história do período escolar que só retratam o índio como o “bom selvagem” da floresta e que não sabe viver em harmonia com o restante da sociedade não indígena.

O jornalismo, de um modo geral, recorre a representações que distorcem a realidade, simplificam os eventos do cotidiano, focam na atualidade, ignoram o contexto histórico e, assim, nivelam superficialmente o conteúdo veiculado nos meios de comunicação de massa. A pesquisa irá mostrar em seguida como os índios de Alagoas são representados na imprensa escrita local através do agendamento, apontando os temas que os colocam em evidência na mídia impressa, buscando-se assinalar como as matérias amostrais foram construídas por meio da análise do tratamento editorial, das marcas de apuração e composição do produto.

## **MARCAS DE APURAÇÃO E COMPOSIÇÃO DOS TEXTOS JORNALÍSTICOS**

Entre o período de janeiro de 2011 a junho de 2014, para o mapeamento dos assuntos mais rotineiros no jornal Gazeta de Alagoas sobre os índios do estado que compõem a agenda do impresso, através da amostra reunida - de caráter informativo e opinativo -, o gênero informativo, que na teoria descreve um fato noticiável do cotidiano com objetividade e imparcialidade, constitui, entre notícias e reportagens, 91% de todo o material coletado. Os textos de natureza opinativa, que fazem uma leitura subjetiva da realidade, representam apenas 9% do conteúdo veiculado no jornal.

---

<sup>10</sup> Contato realizado via correio eletrônico entre os dias 11 e 14 de janeiro de 2015.



No total, do ponto de vista analítico, a amostra é composta por 26 notícias (76%), cinco reportagens (15%) e três artigos de opinião (editoriais) (9%). É importante ressaltar que a notícia, na maioria das vezes, está restrita ao factual e é um relato objetivo do acontecimento. Já a reportagem ultrapassa a barreira do imediatismo e faz um aprofundamento dos eventos que, segundo Lage, diferentemente da notícia, “não cuida de um fato singular ou de uma série de fatos, mas do levantamento de um assunto ou do relato de um episódio complexo, de acordo com o ângulo preestabelecido” (2006, p. 54). E no editorial, a empresa jornalística faz uma reflexão sobre o acontecimento do dia anterior mais impactante e manifesta opinião.

Na análise, seguindo a metodologia proposta, a exploração do material coletado, com verificação das marcas de apuração da notícia e a composição do produto, foram investigadas em termos quantitativos. Segundo as autoras Gislane Silva e Flavia Dourado Maia, a análise das marcas de apuração funciona

como uma teleobjetiva: recai exclusivamente sobre a matéria jornalística – tomada de forma isolada –, explorando indícios do método de apuração e da estratégia de cobertura em close-up. O segundo corresponde a uma lente normal, de alcance médio, pois que oferece uma visão um pouco mais aberta do objeto, agora enfocando não só o texto, mas o conjunto amplo do produto... (2010, p. 27).

### **Assinatura**

Nas marcas de apuração verificou-se, primeiramente, se consta nos produtos noticiosos da amostra a assinatura do autor da notícia. A assinatura do profissional, segundo Rogério Christofolletti é, antes de tudo, a evidência mais clara da subjetividade no jornalismo:

A autoria no Jornalismo se dá na mediação, nas complexas operações profissionais de destacar elementos e versões importantes para a narração do fato e na sua costura coerente, cujo resultado possibilite uma leitura daquele fragmento de realidade. O repórter vai às ruas, colhe depoimentos e se cerca de condições que atestem a ocorrência do fato. Apura, checa as informações, confronta falas, seleciona o que julga indispensável para o entendimento geral da situação e tece uma trama que dê conta dela. Na medida do possível. É justamente aí, nesta mediação, que se dá a autoria. (2006, p. 181)

Nas 34 peças jornalísticas do corpus da pesquisa, 79% continham assinatura local - ou seja, com os nomes dos repórteres da matriz da redação que irão se “responsabilizar”



pelas informações ali colocadas -, 12% do material, composto por três editoriais e um texto informativo, não estava assinado e, 9%, apenas com a identificação “da redação/com assessoria”, que geralmente são matérias de assessoria de comunicação republicadas, com pequenas alterações ou nenhuma, no impresso (conforme pode ser visualizado melhor no gráfico abaixo). As notícias e reportagens continham 10 diferentes assinaturas de repórteres autores das matérias, sendo que 42% do material foi assinado por um mesmo jornalista, o que é um indicativo de que o veículo mobilize, recorrentemente, um determinado profissional do seu quadro funcional para fazer a cobertura das pautas, revelando, de certa forma, um certo cuidado do jornal ao tratar dos assuntos relacionados aos indígenas com um repórter que já esteja habituado com o assunto.

### **Apuração da notícia**

Outro aspecto investigado refere-se ao local de apuração e/ou acesso do jornalista na área do acontecimento. Através de indícios presentes nos próprios textos, é possível identificar se o jornal investiu recursos financeiros para o deslocamento de equipes de reportagem na cobertura das pautas indígenas. Nas matérias analisadas, 81% apresentaram dados que indicam que os profissionais da redação fizeram a apuração *in loco* dos eventos. Composto, em partes, por material de assessoria de comunicação republicado no impresso, 19% dos textos apresentam elementos que indicam que a apuração das informações tenham sido coletadas internamente, por meio de recursos tecnológicos (como telefone, por exemplo), sem sair da redação.

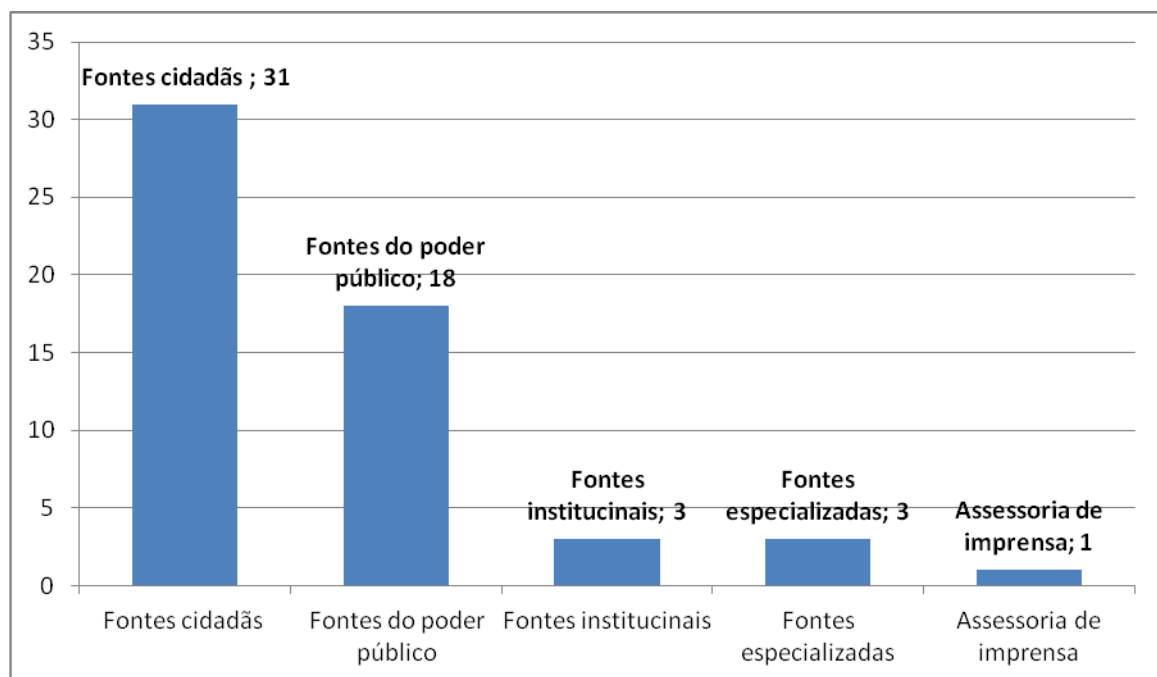
### **Fontes**

Durante uma cobertura jornalística, o repórter lida com pessoas envolvidas direta ou indiretamente com as informações que estão sendo apuradas. Segundo Nilson Lage, “é tarefa comum dos repórteres selecionar e questionar essas fontes, colher dados e depoimentos, situá-los em algum contexto e processá-los segundo técnicas jornalísticas” (2005, p. 49).

Os jornais, conforme explica Pena, “valorizam muito mais as declarações do que os fatos. Ou seja, preocupam-se muito mais com os comentários sobre os acontecimentos do que com os acontecimentos em si” (2010, p. 51). As fontes consultadas e que moldaram

a maneira de como as matérias do jornal Gazeta de Alagoas foram constituídas sobre os povos indígenas são de natureza diversas, encontradas e categorizadas na pesquisa como fontes cidadãs (55%), do poder público (32%), institucionais (5%), especializadas (5%) e assessoria de comunicação (3%). A Funai, enquanto fonte do poder público, pouco apareceu e suas declarações como órgão indigenista que visa garantir o acesso diferenciado aos direitos sociais e de cidadania dos índios, esteve presente apenas em 15% das matérias. No gráfico abaixo, para uma melhor leitura dos dados, é possível visualizar quantas vezes as fontes presentes no impresso foram citadas.

Figura 1 – Gráfico referente às fontes das matérias do jornal Gazeta de Alagoas.

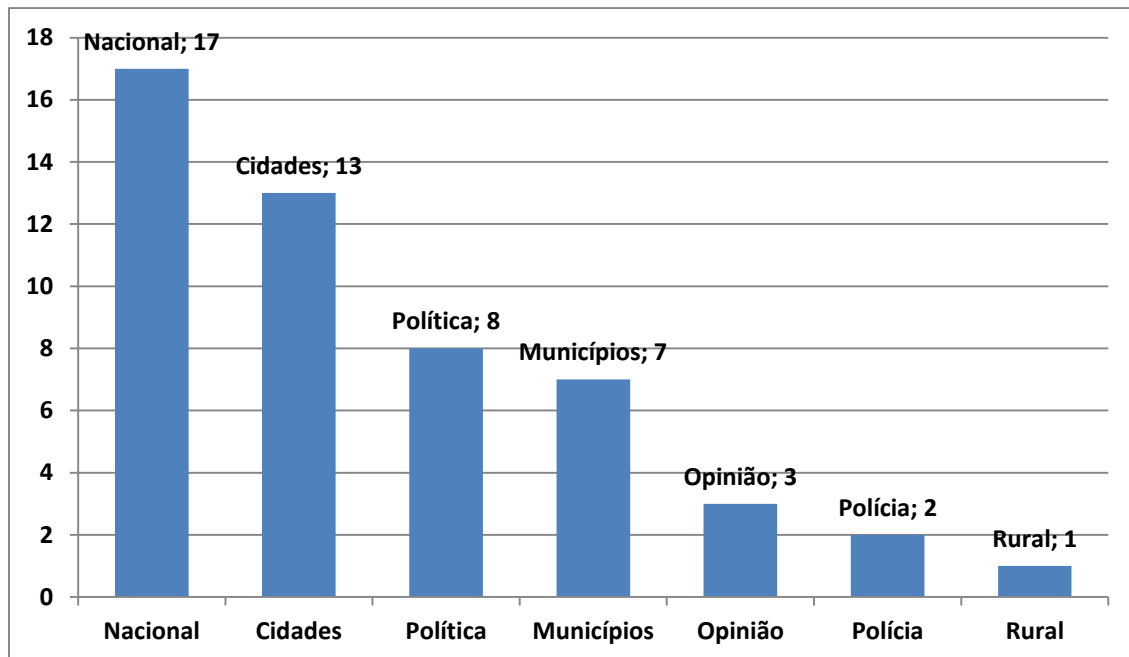


Fonte: elaborado pelo autor.

## Editorias

As editorias, cadernos onde os assuntos estão organizados e hierarquizados nos jornais por temas - como cidades, política, economia, opinião, cultura, entre outros. -, é uma marca de composição do produto jornalístico importante de se verificar no jornal Gazeta de Alagoas. Na presente pesquisa, apesar de não compor os produtos noticiosos da amostra por trazer matérias sobre indígenas de outros estados brasileiros, incluiu-se excepcionalmente neste tópico os textos publicados na editoria Nacional.

Figura 2 – Editorias do jornal Gazeta de Alagoas onde as matérias referentes aos índios foram publicadas.



Fonte: elaborado pelo autor.

A editoria Nacional, que segundo a Gazeta de Alagoas faz a cobertura completa dos fatos mais importantes ocorridos no Brasil, representa 33% de todo o material publicado referente às questões indígenas. Proveniente de agências de notícias e republicado no veículo, 65% do conteúdo que constitui a editoria e coloca os índios de outras partes do país no impresso, advém da temática “Protesto/Conflitos”.

Na editoria Cidades, em 25% das matérias da amostra, os indígenas de Alagoas também são mencionados, assim como na editorial Nacional, em situações conflituosas. Com 54%, a temática “Protesto/Conflitos” é a que mais faz render pautas para o caderno, divulgando notícias sobre conflitos por demarcação de terra, manifestação por melhorias na área de saúde nas aldeias e interdição de rodovia.

Com 16%, a sessão de Política aparece em terceiro lugar no *ranking* das matérias relacionada aos indígenas. Em Municípios, com 14%, há uma maior predominância de reportagens especiais. Já em Opinião, correspondente a 6% do total dos textos publicados, foram três editoriais, sendo duas categorizadas na temática “Protesto/Conflito”, com os textos “A selvageria no asfalto” e “O grande circo índio no Brasil”.

Na editoria de Polícia, correspondente a 4% das publicações, são duas matérias referentes ao julgamento e condenação de índios acusados por assassinato. Em Rural,

editoria com menos matérias, foi uma notícia republicada de assessoria de comunicação sobre a doação feita de 500 mudas de uma planta usada nos rituais indígenas.

## Capas

Nas mais de mil capas verificadas, o impresso considerou apenas nove fatos relacionados aos indígenas de Alagoas importantes o suficiente, de acordo com os critérios de noticiabilidade do veículo, que colocaram os índios na primeira página do jornal, categorizados em quatro temáticas identificadas. Com cinco aparições, correspondentes a 55%, “Protesto/Conflitos” aparece em primeiro lugar. Logo em seguida, com duas inserções, 22% do total, vem a temática “Saúde indígena” e, por último, com uma chamada de capa cada, “Terra indígena” e “Dia do Índio”. Apesar das temáticas diferentes, todos os assuntos ligados, constantemente, às problemáticas enfrentadas pelos indígenas no estado.

Figura 3 – Capa com destaque da interdição da BR provocada pelos índios em abril de 2012.



Fonte: Gazeta de Alagoas, 19 de abr. de 2012.

Figura 4 - Capa com destaque da interdição da BR provocada pelos índios em dezembro de 2012.

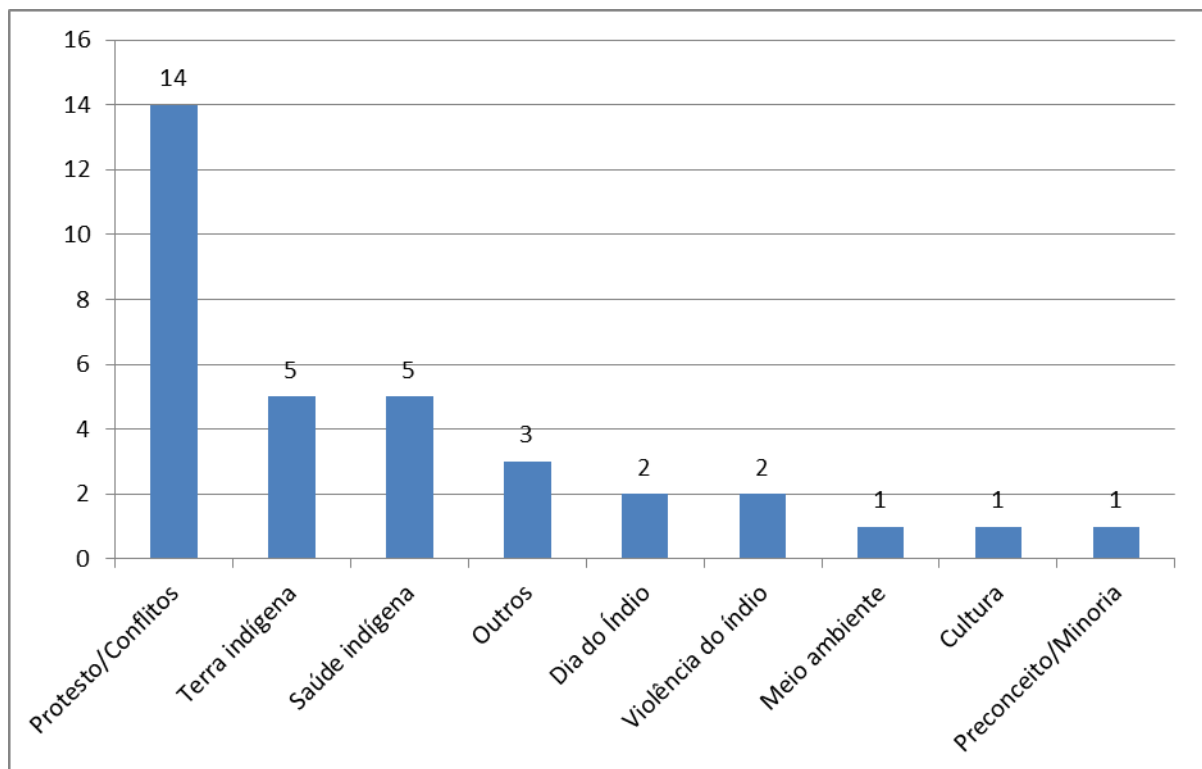


Fonte: Gazeta de Alagoas, 01 de dez. de 2012.

## O ÍNDIO EM PAUTA

Na análise do material selecionado sobre os índios de Alagoas, constatou-se, no período do monitoramento, que os produtos noticiosos analisados possuem um investimento na construção de repertórios, na maioria das notícias, em torno de assuntos relacionados à temática “Protesto/Conflitos”, com 14 peças jornalísticas. Em seguida, as questões vinculadas a “Terra indígena” aparecem 5 vezes, “Saúde indígena” também 5, a categoria “Outros” 3 vezes, “Violência do índio” 2 vezes, “Dia do Índio” 2 vezes e “Meio ambiente”, “Cultura” e “Preconceito/Minoria” 1 vez cada.

Figura 5 – Temáticas que pautaram as questões indígenas no jornal Gazeta de Alagoas.



Fonte: elaborado pelo autor.

Conforme pode ser visualizado no gráfico acima, a tematização Protesto/Conflitos aparece em primeiro lugar, com 41% das notícias publicadas. As demais temáticas, com cinco, três, duas e uma notícia cada, também trouxeram reportagens que mostravam as dificuldades enfrentadas pelos indígenas nas comunidades. Por outro lado, sobre a cultura indígena do estado, nenhuma matéria foi publicada, entretanto, curiosamente, a Gazeta de Alagoas enviou um correspondente para o município de Águas Belas, interior de

Pernambuco, com o objetivo de fazer uma reportagem especial acerca da preservação da identidade e costumes dos índios locais da região.

## CONCLUSÃO

Após a análise dos 34 produtos jornalísticos encontrados sobre o índio de Alagoas, a presente pesquisa conclui que há um investimento na constituição de consensos em torno de imagens que tipificam os povos indígenas e só os mostram, na maioria das vezes, em zonas de conflitos, sobretudo quando estão mobilizados na luta pela demarcação de terras e por melhores condições de saúde e educação nas comunidades. Aciona-se uma representação negativa dos povos indígenas, sempre mostrados, através da recorrência das matérias, como os “invasores” que ocupam órgãos públicos, os “desordeiros” que interditam uma rodovia federal e os “brigões” que guerrilham por território. Espaço para reflexão no veículo não há e os poucos textos opinativos publicados mostraram-se desfavoráveis às causas indígenas.

As notícias “não se classificam em boas ou más, mas simplesmente em coisas que são notícia e que não são notícia” (GOMIS, apud, MOREIRA, 2006, P. 28). Como o objetivo principal deste trabalho foi de investigar a construção significativa sobre o índio através das representações acionadas nas notícias do impresso de maior credibilidade e alcance de Alagoas, o problema em si identificado não está nos assuntos abordados nas matérias, mas sim na recorrência de publicações negativas que compõem a imagem do índio no veículo e, conseqüentemente, no imaginário coletivo, levando a pesquisa a questionar o por que dos indígenas só ganharem notoriedade quando protestam, entram em conflito ou passam por algum tipo de dificuldade que mereça uma suposta atenção da mídia e por quais motivos a ausência de reportagens que valorizem a cultura e identidade dos povos. Menos jornais seriam vendidos? Não despertaria a curiosidade dos leitores? Enquanto não se tem respostas, os índios continuarão presentes na mídia e lutando, na vida real, pelos seus direitos.

## REFERÊNCIAS

BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. 3. Ed., Lisboa: Edições 70, 1977.



CHRISTOFOLETTI, Rogério. **A medida do olhar**: objetividade e autoria na reportagem. Tese de doutoramento em comunicação – Escola de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2004.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. Os indígenas no Censo Demográfico 2010. Rio de Janeiro, 2012. Disponível em:  
<[http://indigenas.ibge.gov.br/images/indigenas/estudos/indigena\\_censo2010.pdf](http://indigenas.ibge.gov.br/images/indigenas/estudos/indigena_censo2010.pdf)> Acessado em: 22 nov. de 2014.

LAGE, Nilson. **A reportagem**: teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística. 5. Ed., Rio de Janeiro: Record, 2005.

MARTINO, Luís Mauro Sá. **Mídia e poder simbólico**: um ensaio sobre comunicação e campo religioso. 2. Ed., São Paulo: Paulus, 2003.

MCCOMBS, Maxwell. **A Teoria da Agenda** - A mídia e a opinião pública. 1. Ed., São Paulo: Vozes, 2009.

MOREIRA, Fabiane Barbosa. **Os valores-notícia no jornalismo impresso**: análise das ‘características substantivas’ das notícias nos jornais Folha de S. Paulo, O Estado de São Paulo e o Globo. Dissertação de mestrado em comunicação – Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Rio Grande do Sul, 2006.

PENA, Felipe. **Teoria do Jornalismo**. 2. Ed., São Paulo: Contexto, 2010.

SANTILLI, Márcio. **Os brasileiros e os índios**. 1. Ed., São Paulo: Senac, 2000.

SILVA, Gislene; MAIA, Flávia Dourada. Análise de cobertura jornalística: um protocolo metodológico. **Revista Online de Comunicação, Linguagem e Mídias**, São Paulo, 10. Ed., p. 18-36, jun.-dez. 2011.