

“VAMOS FALAR SOBRE A PREOCUPAÇÃO COM O MEIO AMBIENTE?”: ESTUDO SOB O CONTEÚDO DIGITAL NOTICIADO EM MÍDIAS VIRTUAIS OFICIAIS (SITE E FANPAGE) DA FENADOCE 2015.

**GUILHERME DE OLIVEIRA LOPEZ DE ÁVILA¹; SAMARA CAMILOTTO²;
MATEUS TORRES NAZARI³; LUCIARA BILHALVA CORRÊA⁴; GISELE SILVA
PEREIRA⁵**

¹*Universidade Federal de Pelotas – guilherme_lopez@hotmail.com*

²*Universidade Federal de Pelotas – camilotto.sa@gmail.com*

³*Universidade Federal de Pelotas – nazari.eas@gmail.com*

⁴*Universidade Federal de Pelotas – luciarabc@gmail.com*

⁵*Universidade Federal de Pelotas – gisele_pereira@hotmail.com*

1. INTRODUÇÃO

A Feira Nacional do Doce (FENADOCE) é um evento anual que acontece, desde 1986, na cidade de Pelotas, Rio Grande do Sul, e tem como objetivo principal “promover a cultura doceira da cidade de Pelotas-RS, difundindo o trajeto histórico dos doces, que resultam da integração de dezenas de etnias e misturam visões de mundo tanto ocidentais quanto orientais, para todo Brasil e exterior”. (FENADOCE, 2015).

A FENADOCE 2015 foi realizada entre os dias 27 de maio e 14 de junho. Esta é organizada, desde a sua primeira edição, pela Câmara de Dirigentes Lojistas de Pelotas (CDL Pelotas), com patrocínios de diversas empresas regionais e nacionais, além do apoio institucional da Prefeitura Municipal de Pelotas.

O turismo de eventos traz diversos benefícios para a cidade, durante os dias de realização da Feira é possível perceber a grande movimentação de visitantes, através do simples caminhar na zona comercial da cidade e observar a movimentação nos hotéis do município. Porém, o turismo de eventos acarreta em uma série de impactos negativos e, dentre estes vários o ambiental. (Born e Corrêa, 2009).

Um evento do porte da FENADOCE, “possui características de um empreendimento turístico que consome água, energia e insumos, gerando resíduos sólidos, emissões gasosas e efluentes.” (NERY et al., 2013, p. 265).

Assim, ao analisar a dimensão de tal evento para a região sul do Rio Grande do Sul e a importância da gestão ambiental em eventos, surgem algumas questões referentes a tais aspectos, são elas: Para onde vai o resíduo gerado? A feira possui algum convênio com associações de catadores de materiais recicláveis? O resíduo é separado? Há divulgação/conscientização sobre a importância da destinação correta? Ações de sustentabilidade ambiental são divulgadas?, entre outras que podem surgir através de tal aspecto impactante.

Neste caso, o presente trabalho vem com o objetivo de realizar um levantamento das notícias publicadas, tanto no site oficial da FENADOCE 2015 como na fanpage oficial, criada e atualizada através da rede social virtual Facebook, com o intuito de sanar a seguinte dúvida: Ações de cunho ambiental realizadas na feira viraram notícia para divulgação nos veículos de mídia virtual da FENADOCE 2015?

2. METODOLOGIA

Como processo metodológico, primeiramente foram consultados o site oficial da FENADOCE 2015 e a *fanpage* oficial, esta presente no *Facebook*. Assim, após a análise dos instrumentos de comunicação e a disposição dos conteúdos informativos nos quais eram publicados, foi feita a checagem de todas as notícias publicadas a partir do primeiro dia do ano de 2015 até a publicação mais recente do mês de julho, do dia 24, em ambos os veículos, assim, foi possível a geração dos dados, abaixo discutidos e analisados.

O presente trabalho advém dos estudos realizados no Projeto de Pesquisa “A dimensão ambiental no planejamento de megaeventos esportivos no Brasil: estudo de caso do Estádio de Futebol Beira-Rio em Porto Alegre/RS”, que tem como um de seus objetivos a contribuição com a produção de conhecimento sobre a consideração da dimensão ambiental no planejamento de eventos turísticos.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Segundo o próprio site oficial da Feira, nestes 19 dias de funcionamento foram recebidos aproximadamente 294 mil visitantes, nos quais comercializaram-se mais de 2 milhões e 300 mil doces. Além do doce, principal atração, há também diversos estandes de empresas locais e regionais, praça de alimentação com restaurantes e lancherias, área externa com Parque de Diversão e Estacionamento, entre outras atrações interligadas em uma só área. Ao todo, são mais de 22 mil m² de área coberta em 17ha. de área total (FENADOCE, 2015).

Partindo da análise de ambos meios de comunicação (Site e *Fanpage*) é possível perceber que estes foram atualizados por uma equipe responsável pela divulgação de notícias geradas no evento, são elas: Divulgação da programação; Divulgação de eventos paralelos; Ações; Comércio, Acontecimentos; Registros fotográficos do período da Feira; Estandes, entre outras.

Além das notícias atualizadas, no site encontram-se outras informações, como: Localização dos pavilhões; Atrativos turísticos na cidade de Pelotas; Histórico da Feira; Ingredientes dos tradicionais doces portugueses; e Expositores e Parceiros do evento.

Já na *fanpage*, o conteúdo é dinâmico e com linguagem informal, sempre associando a figura da formiga mascote em suas publicações. Além de conteúdo textual, ali foram publicados vídeos e fotos de diversos acontecimentos da edição de 2015.

Assim, os dois veículos pesquisados são os meios mais importantes e oficiais de divulgação da Feira e comunicação com o seu público-alvo.

Com a análise de todo material publicado, foi possível a elaboração de um quadro (Quadro 1) para que, assim, fosse melhor visualizado.

Quadro 1 – Número de notícias encontradas em ambos os veículos de mídia e seu respectivo mês.

		JANEIRO 2015	FEVEREIRO 2015	MARÇO 2015	ABRIL 2015	MAIO 2015	JUNHO 2015	JULHO 2015	TOTAL
Site Oficial	Nº DE PUBLICAÇÕES	2	0	2	14	90	184	0	292
<i>Fanpage</i>		4	2	6	11	26	49	4	102

Fonte: Pesquisa direta com base no site e *fanpage* oficiais, 2015

Assim, é possível perceber que houve um grande número de publicações, tanto no site oficial como na *fanpage* do *Facebook*, concentradas em sua grande maioria nos meses nos quais ocorreu o evento, sendo eles Maio e Junho, com mais de uma publicação por dia, durante os dias do evento, conforme dados do Quadro 1.

Em sua maioria, publicadas primeiramente no site oficial e, em alguns casos, compartilhadas através do *link* na *fanpage*, para que fosse difundidas dentre o público-alvo da Feira, neste caso, habitantes locais e da região sul do Rio Grande do Sul.

Há uma diferença no estilo de publicação entre os veículos de mídia pesquisados, ou seja, no *Facebook* a linguagem deve ser mais informal para que consiga o maior número de “curtidas” e “compartilhamentos” possíveis e consiga atingir o maior número de pessoas. Já no site oficial, as matérias são mais elaboradas em moldes jornalísticos mais formais, com outro tipo de linguagem e objetivando atingir outro público-alvo.

Porém, no que diz respeito a notícias sobre ações de cunho ambiental realizadas na Feira, foi encontrada apenas uma notícia no site oficial da Feira, esta intitulada como “Secretaria de Qualidade Ambiental promove doação de mudas para a FENADOCE”, publicada sob o mesmo título durante três dias distintos, sendo eles: 1º de Junho; 06 de Junho; e 13 de Junho.

O conteúdo textual das publicações é o mesmo, apenas com alteração na data da ação, no início das primeiras abordagens da matéria, pois estas foram realizadas em três dias aleatórios durante a programação, na qual coloca o estande da Prefeitura Municipal de Pelotas como receptor da ação especial da Secretaria de Qualidade Ambiental (SQA) que objetivou incentivar o plantio de árvores tradicionais da região. Foram distribuídas mudas de Pitanga e Araçá Amarelo, além de *folders* com explicação de plantio e cuidados.

A ideia principal da ação, claramente colocada na publicação, é “estimular os visitantes em uma prática saudável para o município”. (FENADOCE, 2015).

Figuras 1 e 2 – Distribuição de mudas de Pitanga e Araçá Amarelo na FENADOCE 2015, pela SQA.



Fonte: FENADOCE, 2015

Na *fanpage* oficial da Feira no *Facebook*, não houve nenhum tipo de publicação com a temática de ações ambientais na FENADOCE 2015.

4. CONCLUSÕES

O estudo veio com o objetivo de realizar um levantamento das notícias publicadas, tanto no site oficial da Feira como na *fanpage* oficial, criada e atualizada através da rede social virtual *Facebook*.

Assim, verificou-se, através dos resultados, a falta de material noticiado a respeito de ações ambientais, são eles três publicações iguais, porém, em dias aleatórios no site oficial, perante a quantidade de material jornalístico gerado desde o início do ano de 2015. Ao todo, no site oficial da FENADOCE foram publicadas 292 notícias e na *fanpage* oficial foram postadas 102 publicações.

Na *fanpage* oficial não foram encontradas publicações a respeito do tema ambiental.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BORN, A. S.; CORRÊA, L. B.. **O aspecto ambiental em eventos turísticos:** Estudo de caso da 17^a Feira Nacional do Doce – FENADOCE. In: XVIII Congresso de Iniciação Científica – CIC, Universidade Federal de Pelotas (UFPel), 2009.

FANPAGE OFICIAL FENADOCE – FACEBOOK. Acesso em 22 jul. 2015. Online. Disponível em <https://www.facebook.com/fenadoce?fref=ts>. Também não está no texto na forma de referência

FEIRA NACIONAL DO DOCE – FENADOCE. Acesso em 20 jul. 2015. Online. Disponível em <https://www.fenadoce.com.br/>.

NERY, C.H.C.; DE CONTO, S.M.; ZARO, M.; PISTORELLO, J.; PEREIRA, G.S.. Geração de resíduos sólidos em eventos gastronômicos: o Festiqueijo de Carlos Barbosa, RS. **Revista Rosa dos Ventos**, v.5, n.2, p. 264-279, abr-jun, 2013.