

Comunicação ambiental: quem são os agentes sociais que enunciam sobre a Amazônia na TV?

Environmental communication: Who are the social actors who enunciate about the Amazon on TV?

Juliana de Oliveira Vicentini

ju_vicentini@yahoo.com.br

Doutora em Ciências (Ambiente e Sociedade) pela Universidade de São Paulo – USP. Mestra em Ecologia Aplicada pela mesma instituição.

Helio César Hintze

heliohintze@fazerpensar.com.br

Doutor em Ciências (USP); Pós-Doutorado em Economia, Administração e Sociologia (USP); Mestre em Ecologia Aplicada (USP); Palestrante e Educador da FAZER PENSAR.

Resumo

Objetivo deste artigo é investigar os agentes sociais que enunciam sobre questões ambientais no Globo Repórter, que pode ser considerado um dos popularizadores de imagens ambientais. A partir do conceito de indústria cultural (Adorno), adotamos a proposição de que os meios de comunicação de massa podem ser considerados enunciadorees hegemônicos globais. Eles têm o poder de influenciar comportamentos e opiniões sobre os mais variados temas. Um dos temas mais recorrentes é a Amazônia, que, neste artigo, é investigado utilizando a metodologia de análise de conteúdo. Nossa inferência é de que a indústria cultural não se realiza apenas na esfera da recepção, mas, principalmente, na esfera da produção, quando nega uma pluralidade de vozes na disseminação de conteúdo ambiental propagado por aquele meio de comunicação, acarretando a transmissão de informações parciais sobre a realidade da Amazônia. Essa inferência nos permite realizar uma crítica aos meios de comunicação de massa no que tange à informação que veiculam.

Palavras-chave: comunicação ambiental, indústria cultural, fontes da notícia, crítica aos meios de comunicação, Amazônia.

Abstract

The aim of this article is to investigate the social agents that enunciate about environmental issues in Globo Repórter, which can be considered one of the popularizers of environmental images. Based on the concept of cultural industry (Adorno), we adopt the proposition that the mass media can be considered global hegemonic enunciators. They have the power to influence behaviors and opinions on the most varied subjects. One of the most recurrent themes is the Amazon, which, in this article, is investigated using the methodology of content analysis. Our inference is that the cultural industry is not only realized in the sphere of reception, but mainly in the sphere of production, when it denies a plurality of voices in the dissemination of environmental content propagated by that means of communication, causing the transmission of partial information about the reality of the Amazon. This inference allows us to criticize the mass media for the information they convey.

Keywords: environmental communication, cultural industry, news source, criticism of media, Amazon.

Introdução

Epstein (2006) aponta quatro orientações epistêmicas em pesquisas de comunicação; são elas: (1) positivista; (2) teoria crítica; (3) agonística; (4) meta-agonística. Este trabalho se baseia na epistemologia de cunho crítico, a qual objetiva a emancipação da sociedade por meio da aquisição

de conhecimentos e consequentemente da conscientização mais atenta, a qual “adota uma postura ideologicamente comprometida com seu objeto” (p. 24).

Vivemos em uma sociedade marcada pela disseminação cada vez mais desenfreada de discursos, sejam eles textos, imagens e/ou sons. Neste âmbito, é imprescindível compreendermos e discutirmos a mídia enquanto referên-

cia informacional e formadora de opiniões sobre o mundo. Esta pode ser considerada uma das preocupações da epistemologia da comunicação.

Para Rudiger (2007, p. 27), “a epistemologia representa, em qualquer de suas formas, a consciência reflexiva da ciência moderna”. Assim, a epistemologia como metaciência tem como objetivo questionar criticamente os fundamentos, princípios e relações teóricas que constituem a ciência, em nosso caso, a da comunicação. Isso se constitui em importante procedimento que visa dar condições para maneiras de interpretação mais apuradas (leia-se críticas) daquilo que é comunicado pela mídia.

Para que se possam esboçar maneiras de compreensão dos fatos sociais (e ambientais, psicológicos, etc.) na pós-modernidade, é preciso optar por uma vertente científica que ofereça elementos para o exercício da criticidade frente às grandes questões de nosso tempo, a exemplo da comunicação de massa. Segundo Ferreira (2007), vivemos permeados por relações macroestruturais, ou seja,

as relações entre o campo acadêmico da comunicação, os processos sociais de construção do conhecimento e o Estado. É nas fronteiras dessas relações que devemos compreender as trajetórias, projetos e propensões epistemológicas dos pesquisadores e instituições do campo acadêmico inclusive da comunicação (p. 42).

Isto posto, podemos considerá-las como relações indissociáveis e imprescindíveis para a compreensão do fenômeno da mídia, ou seja, elas constituem a base para debatermos a construção da cultura contemporânea. Assim, a academia precisa se preocupar com a reprodução e a criação de relações sociais e posições de sujeitos que são veiculadas, bem como a dependência da mídia em relação ao governo e o poder de influência deste frente àquilo que é propagado. Todo este jogo contribui para a disseminação de mensagens que influenciam a aquisição de valores para compor visões de mundo em muitos casos enviesadas, ou seja, que atendem a determinados interesses, sejam eles políticos, econômicos, entre outros.

Nessa perspectiva crítica, referenciamos na Teoria Crítica. Ao se referir à “indústria cultural”, Adorno (2002) sinaliza para a produção de bens culturais produzidos em larga escala. Para ele, existe uma máquina que nivela os sujeitos como idênticos a partir do momento em que há uma disseminação de informações iguais (p. 9). Tal veiculação de “informações iguais” pode estar atrelada ao fato de que a mídia, por se caracterizar como uma “indústria”, precisa produzir discursos desenfreadamente em um período de tempo cada vez menor. Isto contribui para a geração de muitas informações sobrepostas (entenda-se iguais) no esforço de maximizar a produção. Essa lógica de produção acaba sendo funcionalmente homóloga à lógica

de produção de capital. Velocidade máxima de produção, com os objetos sendo iguais – pela lei da troca econômica, correspondendo ao processo de valorização do capital financeiro.

Os meios de comunicação de massa, quando integrantes da “indústria cultural” (Adorno, 2002), produzem e reproduzem discursos ideológicos dominantes. De acordo com Ribeiro e Siqueira (2007, p. 226), “devemos atentar para a não-neutralidade da mídia. Como todas as instituições sociais, ela tem uma intencionalidade – lida com interesses, ideias e objetivos”. Para Medrado (2000, p. 244), a indústria cultural é um “sistema cultural complexo que possui uma dimensão simbólica, que compreende a (re)construção, o armazenamento, reprodução e circulação de produtos repletos de sentidos, tanto para quem os produz como para os que consomem”. Se é verdade que este conceito não abrange toda a mídia (pois há usos e práticas de meios que são utilizados conforme outras lógicas), nem todos os processos em que estão envolvidas, o foco na indústria cultural continua, em nossa proposição, sendo válido para a análise de polos hegemônicos.

O ambiente midiático e as questões ambientais

Silverstone (2005, p. 12) afirma que as pessoas estão cercadas pela mídia e ao mesmo tempo dependem dela: “[...] é onipresente, diária, uma dimensão essencial de nossa experiência contemporânea. É impossível escapar à presença, à representação da mídia. Passamos a depender da mídia, tanto impressa como eletrônica, para fins de entretenimento e informação, de conforto e segurança [...].”

Os meios de comunicação de massa abordam diversos assuntos, entre eles, aqueles relacionados às questões ambientais. Por ser um tema que tem sido apropriado por diversos segmentos da sociedade, como o político, o econômico, o publicitário, o empresarial e o acadêmico, tanto no âmbito nacional quanto no internacional, a mídia passou a integrar os assuntos relacionados ao ambiente à sua pauta (Vicentini, 2013).

Andrade (2003) afirma que, no Brasil, a população depende da televisão para se informar sobre o ambiente. Um dos programas televisivos que mais veiculam imagens de cunho ambiental é o “Globo Repórter”. Desde 1973, o programa tem o seu espaço garantido na programação da “Rede Globo de Televisão”. Esta emissora pertence às “Organizações Globo”, considerado o principal conglomerado midiático do Brasil, um dos maiores da América Latina e o vigésimo sexto do mundo (Institute for Media and Communications Policy, 2013). A cada semana, o “Globo Repórter” aborda uma temática que é veiculada para dezenas de milhões de telespectadores. Ao longo de sua trajetória, ele tem sido contemplado com diversos prêmios, sendo

alguns deles relacionados a temas ambientais. Neste contexto, um dos assuntos mais recorrentes é a Amazônia.

A Amazônia tem conquistado projeção internacional, inclusive, tem sido o tema de diversas conferências, publicidades e reportagens. Tal fato pode estar atrelado à sua importância como reguladora do clima ao longo das últimas décadas.

No ano de 2010, o “Globo Repórter” dedicou quatro exposições à Amazônia, as quais compõem o *corpus* desta pesquisa: (1) “Amazônia: vida ribeirinha”; (2) “Os médicos na Amazônia: navio da esperança”; (3) “Nos extremos da floresta”; (4) “No mundo das águas amazônicas”.

O objetivo desta pesquisa é investigar quem são os agentes sociais que enunciam sobre a Amazônia na TV, em particular, no programa “Globo Repórter”. Assim, podemos questionar a forma como o conhecimento sobre ela é produzido e comunicado por aquele enunciatador. Para tanto, o aporte metodológico utilizado é a análise de conteúdo.

Análise de conteúdo

A metodologia empregada na presente pesquisa é a análise de conteúdo. Para Bardin (2010, p. 44), trata-se de

um conjunto de técnicas de análise das comunicações visando obter por procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens indicadores [...] que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção [...] destas mensagens (Bardin, 2010, p. 44).

Embora não exista um modelo rígido de análise de conteúdo, Bardin (2010) propõe um procedimento organizado em três fases.

1 – Pré-análise: é a fase de organização das ideias, da escolha dos documentos a serem analisados, da seleção do indicador de análise e da preparação do material.

2 – Exploração do material: é a análise em si, que engloba a contagem e classificação daquilo que foi selecionado. Tal procedimento teve as fontes de notícias como unidades de registro, que correspondem ao segmento de conteúdo a considerar como unidade de base, visando à contagem frequencial. A contabilização se deu de acordo com o número de vezes que cada organização foi mencionada e o número de vezes que cada sujeito apareceu ou foi aludido. Bardin (2010, p. 130) salienta “que todas as palavras do texto podem ser levadas em consideração ou pode-se reter unicamente as palavras-chave ou as palavras tema ou uma categoria de palavras: substantivos, adjetivos, verbos, advérbios, etc.” (Bardin, 2010, p. 130).

3 – Tratamento dos resultados: é o manuseio dos dados para torná-los significativos ao ponto de alcançarem a

representação do conteúdo, elucidando as peculiaridades do texto. Com estas informações, o pesquisador realiza suas interpretações de acordo com a teoria e os objetivos propostos, ou ainda identifica novas dimensões teóricas sugeridas pela leitura do material.

Fontes de notícias

Em sua obra sobre fontes de notícias, Schmitz (2011, p. 8) relata a origem da palavra “fonte”. Segundo ele, este termo, cuja etimologia é do latim, está vinculado à mitologia romana: “fonte, deus das nascentes, filho do deus Jano e de Juturna, ninfeta das águas e mananciais”. Aquele autor ainda pontua que, dependendo do contexto, esta palavra ganha diversos significados e figuras de linguagem diferentes: no campo de eletricidade, ela é fonte de energia; na tipografia, representa os caracteres; no jornalismo, é fonte de notícia.

Aquele pesquisador faz uma distinção entre “fonte de informação” e “fonte de notícia”. Para ele, qualquer informação está disponível a qualquer pessoa, enquanto que a “fonte de notícia necessita de um meio de transmissão, de um mediador, que faça circular o seu conhecimento ou saber”. Neste sentido,

Fontes de notícias são pessoas, organizações, grupos sociais ou referências; envolvidas direta ou indiretamente a fatos e eventos; que agem de forma proativa, ativa, passiva ou reativa; sendo confiáveis, fidedignas ou duvidosas; de quem os jornalistas obtêm informações de modo explícito ou confidencial para transmitir ao público, por meio de uma mídia (Schmitz, 2011, p. 9).

As fontes de notícias ganharam espaço a partir de 1860 nos Estados Unidos da América, época em que surgiu o jornalismo de informação. Tal jornalismo passou “a articular com os campos políticos, econômicos e sociais, sujeito às relações comerciais, às pressões do público, às ações dos jornalistas, aos interesses sociais, políticos e culturais” (Schmitz, 2011, p. 8).

Para Dalmaso (2002, p. 4), as notícias podem ser entendidas de acordo com dois grupos distintos: “de um lado, aqueles que defendem a concepção da notícia como espelho da realidade; de outro, a notícia seria percebida como parte da construção desta realidade”. No primeiro caso, a notícia seria objetiva e imparcial. Na segunda situação, a notícia estaria definindo e redefinindo, constituindo e reconstituindo permanentemente os fenômenos sociais (Tuchman *apud* Alsina, 1985, p. 185). Fundamentado nas teorias estruturalista e etnoconstrucionista, Traquina (2001) afirma que

[...] as notícias são o resultado de processos complexos de interação social entre agentes sociais: os jornalistas e as fontes de informação; os jornalistas e a sociedade; os membros da comunidade profissional, dentro e fora da sua organização (Traquina, 2001, p. 85-86).

De acordo com Dalmaso (2002),

No paradigma construtivista há os processos de selecionar, excluir, acentuar diferentes aspectos do acontecimento. [...] a notícia constrói o acontecimento e constrói a realidade, ela é o resultado de um processo de produção, definido por valores de noticiabilidade, e pontos de vista específicos (Dalmaso, 2002, p. 05).

Segundo Herman e Chomsky (2003, p. 62), as informações nos meios de comunicação passam por cinco filtros: 1) a propriedade e a orientação para os lucros; 2) a dependência em relação aos anunciantes; 3) a relação com as fontes de notícia; 4) as ameaças e reações negativas dos afetados pelas notícias e 5) uma postura pró-mercado.

A mídia de massa possui um relacionamento simbiótico com as poderosas fontes de notícias pela necessidade econômica e pela reciprocidade de interesses (Herman; Chomsky, 2003, p. 77).

Devido a seus serviços, ao contato contínuo e à dependência mútua, os poderosos podem utilizar relacionamentos pessoais, ameaças e recompensas para influenciar e coagir ainda mais a mídia. A mídia pode se sentir obrigada a divulgar matérias extremamente dúbias e a realizar uma censura apenas velada para não ofender suas fontes [...] (Herman; Chomsky, 2003, p. 81).

Na primeira tese sobre jornalismo, em 1690, o alemão Tobias Peucer “já abordava a credibilidade e variedade de fontes, alertando para a necessidade de ouvir várias pessoas para confirmar a veracidade dos fatos” (Schmitz, 2011, p. 7).

Schmitz (2011) aponta que as fontes de notícias podem ser agrupadas da seguinte forma: oficial; empresarial; institucional; popular; notável; testemunhal; especializada; referência. Nesta pesquisa, interessa explicar prioritariamente sobre as fontes oficial, notável e especializada.

Para aquele autor, a fonte oficial é

[...] alguém em função ou cargo público que se pronuncia por órgãos mantidos pelo Estado e preservam os poderes constituídos (executivo, legislativo e judiciário), bem como organizações agregadas (juntas comerciais, cartórios, companhias públicas etc.). É a preferida da mídia, pois emite informação ao cidadão e trata essencialmen-

te do interesse público, embora possa falsear a realidade, para preservar seus interesses ou do grupo político (Schmitz, 2011, p. 25).

Perante a sociedade, as fontes oficiais possuem credibilidade. “As fontes governamentais e corporativas também têm o grande mérito de ser reconhecíveis e confiáveis por seu *status* e prestígio, o que é importante para a mídia de massa” (Herman; Chomsky, 2003, p. 78).

Cabe ressaltar que estas fontes não são imparciais. Suas declarações visam atender ao interesse dos grupos dominantes, como o Estado ou determinadas corporações. Isso fica evidente nas pesquisas realizadas nos Estados Unidos por Herman e Chomsky, que concluíram que tais fontes omitem informações ou até mesmo mentem, quando os interesses imperiais estão em jogo (Lage, 2001).

A “fonte notável” diz respeito a pessoas que se destacam “pelo seu talento ou fama, geralmente artistas, escritores, esportistas, [...] que falam de si e de seu ofício” (Schmitz, 2011, p. 26).

Já a “fonte especializada” é aquela que “normalmente está relacionada a uma profissão” (Schmitz, 2011, p. 26).

As fontes de notícias legitimadas pelo “Globo Repórter”

Em outras análises, pesquisadores também constataram a predominância das “fontes oficiais” nos discursos na TV. Lima (2004, p. 321) classificou o Jornal Nacional como “oficialista” e ainda apontou que o Jornal da Record também possui o mesmo enquadramento. Na análise sobre a água no telejornalismo regional das Emissoras Pioneiras de Televisão – EPTV, Corrêa (2007) também notou a intensa presença das “fontes oficiais”:

[...] na ausência de outras fontes, a versão oficial e a visão do veículo sobre o tema prevalecem, visto que a perspectiva do telejornal está expressa na matéria estruturada por regras de edição e pressupostos dos profissionais de comunicação envolvidos nas atividades de produção da notícia. A construção das matérias por essa perspectiva tende a mostrar que o telejornal, como fonte de informação, oferece um ponto de vista arbitrário, polarizado, entre esses dois atores: o Estado e o veículo (Corrêa, 2007, p. 109).

Nessa investigação buscamos aproximações a essa formulação acima. De acordo com o levantamento realizado nesta pesquisa, os sujeitos citados ou entrevistados, bem como as instituições referenciadas durante as exposições do “Globo Repórter” sobre a Amazônia, veiculadas em 2010, resultam no gráfico que segue.

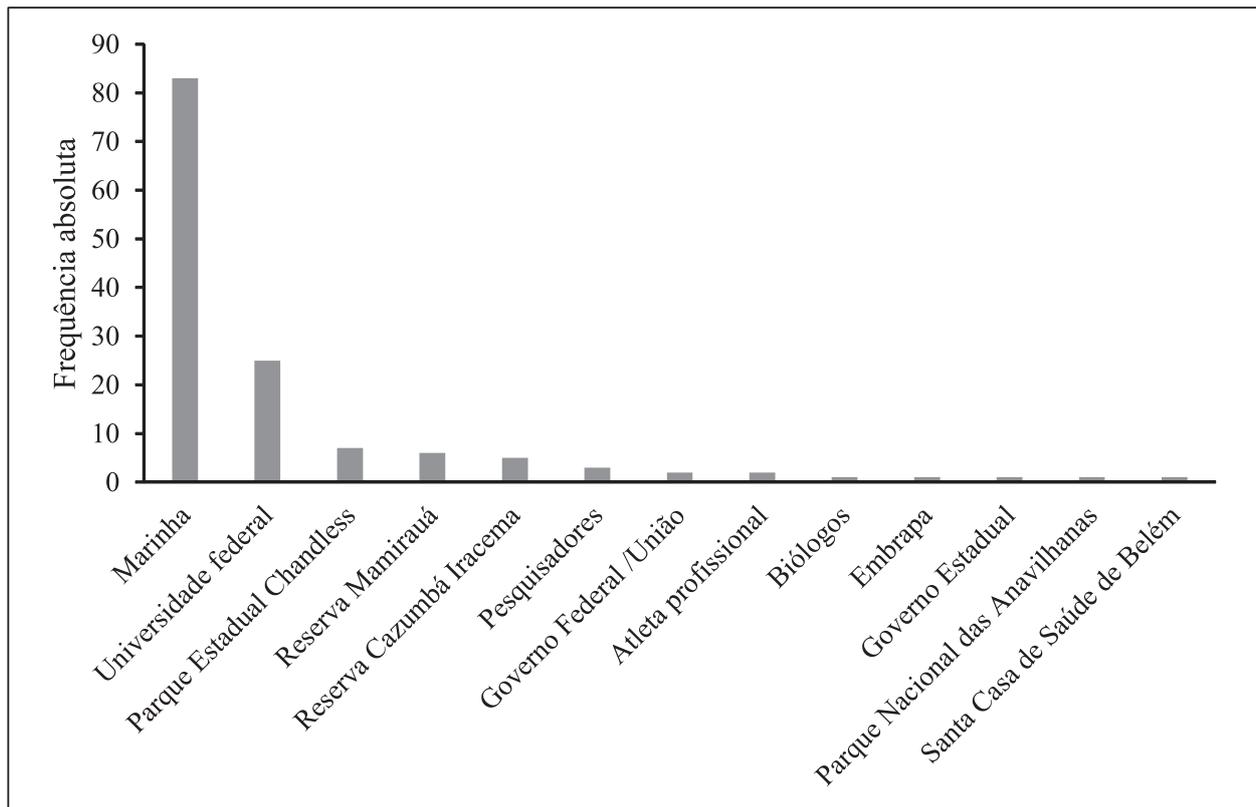


Gráfico 1 – As fontes legitimadas pelo “Globo Repórter”
Graphic 1 – Sources legitimized by “Globo Repórter”

As “fontes oficiais” são aquelas que aparecem durante os programas e se relacionam diretamente ao governo, nos níveis nacional e estadual. O âmbito municipal não foi representado durante os programas.

Na categoria “Marinha”, cabe relatar que foram incluídas as menções diretas a ela, e também a associação a esta força armada do governo, através da identificação de sujeitos por cargos, como comandantes da Marinha e sargentos da Marinha. Nota-se que as fontes relacionadas àquela junta governamental aparecem de forma bastante expressiva.

Os parques e reservas citados e mostrados são de responsabilidade do governo. Os entrevistados que trabalham nestes locais foram fortemente associados aos lugares que representam. O Parque Estadual Chandless é de responsabilidade do Instituto Nacional de Pesquisas da Amazônia – INPA. A Reserva Cazumbá Iracema está atrelada ao Instituto Chico Mendes de Conservação da Biodiversidade – ICMBio. A Estação Ecológica de Anavilhanas também é de responsabilidade do ICMBio. A Reserva Mamirauá pertence ao Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovação – MCTI. As organizações não governamentais – ONGs, por exemplo, não foram ouvidas, ou ao menos citadas.

As instituições de ensino e/ou pesquisa priorizadas pelo “Globo Repórter” compreendem aquelas mantidas pela União: exclusivamente as universidades federais. Estas são supervalorizadas pelo programa.

A Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária – EMBRAPA é vinculada ao Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. Ela teve uma ocorrência e, ainda assim, suas atividades foram associadas ao governo federal.

Nota-se que as “fontes oficiais”, isto é, aquelas atreladas ao Estado, legitimam o discurso e conferem confiabilidade ao programa. Elas são valorizadas e ganham *status* por pertencerem e representarem determinado segmento governamental.

Ainda descrevendo as fontes utilizadas pelo programa “Globo Repórter” e ilustradas no gráfico já apresentado, algumas delas podem ser classificadas como “fonte especializada” e “fonte notável”.

Para discorrer sobre determinado assunto, um médico teve uma aparição e representou a Santa Casa de Saúde de Belém. Por ter sido destacado pela sua profissão, este sujeito se enquadra na categoria de “fonte especializada” (Schmitz, 2011).

A “fonte especializada” também apareceu em outros momentos, quando o programa utilizou os termos “pesquisadores” e “biólogos”. “Pesquisadores” e “biólogos” foram contabilizados separadamente, porque foram designações utilizadas de forma genérica, ou seja, sem referenciar determinado sujeito ou sem vinculação a alguma instituição específica. Tal elemento serviu para dar credibilidade àquilo que o repórter dizia.

A “fonte notável” (Schmitz, 2011), a qual é destacada por uma habilidade atlética, teve duas ocorrências. Para obter um relato a respeito da convivência com a natureza, em determinada ocasião, o repórter do programa priorizou o depoimento de um atleta *extrínseco a região*. Este é o momento em que aquele “estranho” ao local recebe destaque por ser projetado como atleta profissional, o qual ganha exclusividade nas imagens e dá a sua entrevista.

A “Rede Globo” como a principal fonte

Nota-se que, na verdade, a emissora responsável pelo “Globo Repórter”, a “Rede Globo”, utiliza as fontes que ela nomeia para fortalecer o seu próprio discurso. Isto ocorre da seguinte maneira: as fontes selecionadas pelo programa (prioritariamente as “fontes oficiais”) transferem certa credibilidade ao “Globo Repórter”. No entanto, elas constituem uma voz autorizada, ou seja, o programa abre um espaço determinado para a entrevista, porém, as perguntas formuladas pelo repórter e aquilo que é dito pelo entrevistado indicam o direcionamento do discurso desejado pela emissora. Com isto, a principal fonte de notícia do programa é o repórter que representa diretamente os interesses da “Rede Globo”.

Neste contexto, percebeu-se que o repórter transita em duas funções distintas: como repórter e como “fonte”.

Segundo o dicionário Houaiss e Villar (2001), repórter é aquele que levanta informações, transformando-as em matérias, seja na TV, no rádio, no jornal, etc.

O repórter aparece como detentor do conhecimento no “Globo Repórter”. Em muitas ocasiões do programa, ele traz informações sem referenciar a origem, como, por exemplo:

R¹: “O índice de natalidade do Acre é o dobro de todo o Brasil”.

Em muitos momentos, ele chega a ser confundido com a própria notícia, isto é, tudo o que o repórter vivencia se transforma na sua matéria: enfrenta e enfatiza condições adversas em prol de uma boa reportagem, chega a dormir na floresta, a viajar horas de barco, enfrenta perigos e suporta o calor intenso.

Deste modo, ele se desloca de sua posição de reportar os fatos para se tornar uma figura central das exibições sobre a Amazônia, o que extrapola o seu papel principal de informador. Ele rouba a cena e deixa em segundo plano aquele que deveria ser a principal fonte de notícia: o cidadão comum.

¹ R significa repórter.

Cidadão comum: sujeito ou ornamento?

Em meio às classificações de fontes de notícia propostas por Schmitz (2011), temos a denominação “fonte popular”. Para aquele pesquisador, ela manifesta-se por si mesma, ou seja, “trata-se de uma pessoa comum, que não fala por uma organização ou grupo social [...]. Uma fonte popular aparece notadamente como vítima, cidadão reivindicador ou testemunha” (Schmitz, 2011, p. 25-26).

Nesta pesquisa a população filmada pelo “Globo Repórter” não se adéqua à definição de “fonte popular” proposta por aquele autor. Optou-se por classificá-la como cidadão comum. No contexto apresentado pelo programa, ele é filmado inúmeras vezes, no entanto, não constitui uma fonte de notícia. Ele é exibido como um ornamento amazônico; logo, não é considerado um sujeito com alguma propriedade para discursar sobre a Amazônia. Como prova disto, nos raros momentos em que o cidadão comum fala, o próprio programa precisa confirmar o que aquele sujeito está relatando.

R: “Fomos tirar a prova no mato”.

As pessoas que compõem as imagens carecem de escolaridade formal, ou seja, suas respectivas rotinas são distantes dos bancos escolares. Deste modo, são detentoras de conhecimento empírico, ou seja, proveniente do senso comum, baseado na experiência cotidiana. Mas este conhecimento não é mais nem menos importante do que aquele adquirido por meio de diplomas. O repórter afirma que aqueles grupos residentes na Amazônia constituem

R: “famílias inteiras, onde todos são analfabetos”.

Dessa forma, suspeita-se que o “Globo Repórter” considera que o conhecimento informal precisa ser confirmado pelo repórter antes de ser credível. Nota-se também que estes indivíduos são de fato a própria notícia e não propriamente a fonte – os entrevistados. A fala do cidadão comum é o plano de fundo para legitimar as imagens exibidas durante os programas. Assim, existe uma maior valorização destas em detrimento dos relatos do cidadão comum, os quais são alocados de maneira secundária. Suas aparições são justamente para enfatizar aquilo que o repórter, o qual representa a “Rede Globo”, entende como relevante.

Considerações finais

Os meios de comunicação de massa se apropriam dos discursos que circulam pela sociedade, transformando-os em pautas midiáticas. Mais do que isto, a mídia enquanto integrante da indústria cultural produz mercadorias travestidas de informação. Assim, a comunicação enquanto um dos pilares para a obtenção de conhecimentos sobre a realidade deve ser objeto constante de questionamento. Para compreendermos o processo comunicacional, é

importante investigarmos os produtos da comunicação de massa, que neste caso específico foram as exibições do programa “Globo Repórter” sobre a Amazônia.

Vimos que a Amazônia foi o alvo de quatro exibições do programa televisivo semanal “Globo Repórter”. Há um debate acadêmico que questiona se de fato a Amazônia é ou não é conhecida. O que existe é um dissenso sobre tal inquietação. Alguns pesquisadores afirmam que ela é profundamente conhecida, mas basta saber por quem. Nos programas analisados, o conhecimento sobre a Amazônia fica restrito a um número de fontes não plurais. O “Globo Repórter” legitima determinados atores sociais que são agentes externos à região, evidenciando um silenciamento da população local (cidadão comum). Somado a isto, a própria emissora se projeta como a enunciadora principal. Tal característica indica uma hegemonia discursiva, a qual considera irrelevante o conhecimento empírico de populações amazônicas.

O conhecimento de questões contemporâneas complexas, como é o caso dos temas ambientais que permeiam a Amazônia, pode ser compreendido de uma maneira mais abrangente e plural se a mídia enquanto uma força social e como integrante da educação informal dos indivíduos trouxer à cena a diversidade de vozes que possam realmente engajar um debate socioambiental sobre os temas que se propõem a exibir.

A identificação das fontes de notícias utilizadas pelo “Globo Repórter” para comunicar sobre a Amazônia nos permite colocar em xeque a criticidade daquilo que é veiculado por aquele enunciatador, ou seja, propicia um entendimento acerca do processo comunicacional que é construído com vistas à disseminação de mensagens incompletas e enviesadas. Isto corrobora o caráter de um sistema de informação que não valoriza a pluralidade de fontes, ou seja, que silencia atores sociais que são importantíssimos para a compreensão da realidade que o programa aparentemente se propõe a exibir.

Essas conclusões são específicas aos processos produtivos. Seria necessário situá-las em outras esferas dos processos midiáticos para uma análise sobre o conjunto das relações que se instalam aí – considerando receptores e outros meios envolvidos nas questões ambientais.

Referências

- ADORNO, T. 2002. *Indústria cultural e sociedade*. São Paulo, Paz e Terra, 70 p.
- ALSINA, M.R. 1985. *La construcción de la noticia*. Buenos Aires, Paidós, 208 p.
- ANDRADE, T.H.N. 2003. *Ecológicas manhãs de sábado: o espetáculo da natureza na televisão brasileira*. São Paulo, Annablume, 239 p.

- Autor anônimo: INSTITUTE FOR MEDIA AND COMMUNICATIONS POLICY. 2013. Online data base: international media corporations. Disponível em: <www.mediadb.eu/en/data-base/international-media-corporations.html>. Acesso em: 09 jun. 2014.
- BARDIN, L. 2010. *Análise de conteúdo*. Lisboa, Edições 70, 281 p.
- CORRÊA, E.L.P. 2007. *Mídia regional e ambiente: a água no jornalismo da EPTV*. Piracicaba, SP. Dissertação de mestrado. Universidade de São Paulo, 159 p.
- DALMASO, S.C. 2002. Fontes da informação jornalística: natureza e implicações. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 25, Salvador, 2002. *Anais*. Disponível em: <http://repositorio.portcom.intercom.org.br/dspace/bitstream/1904/19187/1/2002_COMUNICACOES_DALM>. Acesso em: 03 jul. 2008.
- EPSTEIN, I. 2006. Ciência, poder e comunicação. In: A. BARROS; J. DUARTE, *Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação*. São Paulo, Editora Atlas, p. 15-31.
- FERREIRA, J.G. 2007. Epistemologias das sociedades ideais: alguns sabores diferenciados possíveis em um espaço reflexivo. *Logos*, 19(37):29-42.
- HOUAISS, A.; VILLAR, M. 2001. *Dicionário Houaiss da língua portuguesa*. Rio de Janeiro, Objetiva, 1.986 p.
- HERMAN, E.S.; CHOMSKY, N. 2003. *A manipulação do público: política e poder econômico no uso da mídia*. São Paulo, Futura, 470 p.
- LAGE, N. 2001. *A reportagem: teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística*. Rio de Janeiro, Record, 189 p.
- LIMA, V.A. 2004. *Mídia: teoria e política*. São Paulo, Editora Fundação Perseu Abramo, 365 p.
- MEDRADO, B. 2000. Textos em cena: a mídia como prática discursiva. In: M.J. SPINK (org.), *Práticas discursivas e produção de sentidos no cotidiano: aproximações teóricas e metodológicas*. São Paulo, Cortez, p. 243-271.
- RIBEIRO, C.R.; SIQUEIRA, V.H.F. de. 2007. O novo homem na mídia: ressignificações por homens docentes. *Revista de Estudos Feministas*, 15:217-241.
- RUDIGER, F. 2007. A comunicação no saber pós-moderno: crítica, episteme e epistemologia. In: J. FERREIRA, *Cenários, teorias e epistemologias da comunicação*. Rio de Janeiro, E-Papers, p. 25-40.
- SCHMITZ, A.A. 2011. *Fontes de notícias: ações e estratégias das fontes no jornalismo*. Florianópolis, Combook, 85 p.
- SILVERSTONE, R. 2005. *Por que estudar a mídia?* São Paulo, Edições Loyola, 302 p.
- TRAQUINA, N. 2001. *O estudo do jornalismo no século XX*. São Leopoldo, Unisinos, 220 p.
- VICENTINI, J.O. 2013. *O discurso ambiental da TV: a Amazônia do “Globo Repórter”*. Saarbrücken, Novas Edições Acadêmicas, 168 p.

Artigo submetido em 09-06-2014

Aceito em 19-02-2017