

Ana Carolina Miotto | Jornalista da USP-ESALQ

# Amazônia na mídia

O discurso ambiental tem sido apropriado por diversos segmentos da sociedade, como o político, o econômico, o publicitário e o empresarial. Por ser um assunto que está em discussão nos âmbitos nacional e internacional, os meios de comunicação de massa passaram a integrá-lo à sua pauta. Porém, sua divulgação ainda ocorre de maneira fragmentada e superficial. Diante da extensa pauta ambiental, um dos assuntos que mais aparecem na mídia é a Amazônia.

Segundo Juliana de Oliveira Vicentini, pesquisadora da Escola Superior de Agricultura “Luiz de Queiroz” (USP/ESALQ), um dos motivos para tanta notoriedade é o fato da região interligar discussões relacionadas ao Efeito Estufa, a destruição da Camada de Ozônio e a perda da biodiversidade. Daí a sua apropriação por reportagens, notícias, novelas, publicidades e campanhas ambientais. “Essa visibilidade é tão grande que a marca ‘Amazônia’ é uma das três mais conhecidas em todo o mundo. Além disso, hoje é muito grande a quantidade de empresas, ONGs e instituições de pesquisa que atuam na região, sem falar que grande parte do capital que nela circula é de origem externa”, afirma.

Para avaliar se dá a veiculação da Amazônia pela mídia, Juliana desenvolveu, no Programa de Pós-Graduação Interunidades em Ecologia Aplicada (ESALQ/CENA), uma pesquisa observando de que modo a região foi veiculada pelo programa “Globo Repórter” durante o ano de 2010. Ela desenvolveu análises críticas e de conteúdo do discurso. O programa é um dos mais antigos da TV brasileira, possui abrangência nacional e é considerado um dos popularizadores de discursos sobre o ambiente. A Amazônia foi tema de 4 de suas edições em 2010. Para Juliana, o veículo associa a região à natureza, focando em rios, florestas e biodiversidade. “O programa se apropria de detalhes e não é abrangente a respeito da região. A Amazônia foi exibida como uma representação da natureza. Tal característica foi reforçada por uma linguagem poética através do uso de superlativos e metáforas. Os demais assuntos que poderiam ser abordados foram em grande parte silenciados”, explica.

A pesquisadora ainda faz algumas considerações sobre as fontes de notícia. “A população selecionada para integrar as imagens do programa é aquela que está diretamente atrelada ao mundo natural: os “ribeirinhos”. Eles não são tratados como sujeitos históricos, mas como um ornamento amazônico para reforçar a ideia de que a região é apenas sinônimo de natureza. A fonte de notícia legitimada pelo programa foi a fonte oficial, ou seja, pessoas que representam o poder público e a própria Rede Globo”, diz. O Globo Repórter pode ser considerado como parte integrante do processo de educação informal dos indivíduos. Juliana alerta que esta visão parcial sobre a Amazônia pode influenciar a maneira como as pessoas pensam a respeito da região, ou seja, pode acarretar em desinformação sobre ela.

De acordo com a pesquisa, orientada pelo professor Antonio Ribeiro de Almeida Junior do Departamento de Economia, Administração e Sociologia (LES), o programa apresenta eventos superficiais, embora os transmita de forma supostamente inquestionável perante seu status diante da audiência.

“Um acontecimento é enfatizado ou esquecido a partir do

momento em que ele integra ou não a agenda midiática. Informações sobre a própria mídia, por exemplo, são silenciadas. Isso significa que não existe imparcialidade naquilo que é veiculado pela imprensa”, afirma.

Portanto, o estudo ressalta que é preciso adotar estratégias a fim de tornar a informação mais plural e rigorosa. “Os veículos deveriam priorizar as necessidades da população atingida por eles, com o intuito de construir uma sociedade equitativa, que ofereça qualidade de vida às pessoas”. Para isso, Juliana acredita ser necessário espaço para todos se expressarem e estarem a par de seus direitos e deveres. “Uma sociedade que conheça de fato seu povo terá embasamento para promover políticas públicas que atendam os interesses da coletividade. A inclusão social no sistema de informação contribuirá para que ele se torne imparcial e se comprometa de fato com aquilo que veicula”, conclui. ■

