



## USP ESALQ – ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO

Veículo: Agência USP de Notícias

Data: 21/03/2013

Link: <http://www.usp.br/agen/?p=131602>

Assunto: Amazônia é mostrada de forma pouco abrangente na mídia

## Amazônia é mostrada de forma pouco abrangente na mídia

A análise das matérias veiculadas sobre a Amazônia no programa de televisão “Globo Repórter” aponta que a região é mostrada de forma pouco abrangente, apenas como uma representação poética da natureza. As populações locais aparecem como complementos do mundo natural ideal, sem serem considerados sujeitos históricos. A conclusão faz parte de pesquisa realizada pela geógrafa Juliana de Oliveira Vicentini, no Programa de Pós-Graduação Interunidades em Ecologia Aplicada, realizado pela Escola Superior de Agricultura Luiz de Queiroz (Esalq) e Centro de Energia Nuclear na Agricultura (Cena) da USP, em Piracicaba.

Para avaliar o modo como se dá a veiculação da Amazônia pela mídia, Juliana observou de que maneira a região foi veiculada pelo programa “Globo Repórter”, da TV Globo, durante o ano de 2010. Para tanto, desenvolveu análises de conteúdo e análises críticas do discurso. O programa é um dos mais antigos da televisão brasileira, possui abrangência nacional, e é considerado um dos popularizadores de discursos sobre o ambiente. A Amazônia foi tema de quatro de suas edições em 2010.

Segundo 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. Neste sentido, a Amazônia foi exibida como uma representação da natureza”, explica. “Tal característica foi reforçada por uma linguagem poética por meio do uso de superlativos e metáforas. Os demais assuntos que poderiam ser abordados foram em grande medida silenciados.”

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”, diz. A fonte de notícia legitimada pelo programa foi a fonte oficial, ou seja, pessoas que representam o poder público e a própria Rede Globo.

### Visão parcial

O “Globo Repórter” pode ser considerado como parte integrante do processo de educação informal das pessoas. 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) da Esalq, 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”, afirma a geógrafa. Informações sobre a própria mídia, por exemplo, são silenciadas. Isso significa que não existe imparcialidade naquilo que é veiculado pela imprensa.”

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 expressarem-se 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.

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.

De acordo com Juliana, 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, Organizações Não-Governamentais (ONGs) e instituições de pesquisa que atuam na região, sem falar que grande parte do capital que nela circula é de origem externa”, afirma.