

ENTRE AUSÊNCIAS E EMERGÊNCIAS:

imaginários sociais, representações midiáticas e jornalismo na Amazônia

Rafael de Figueiredo Lopes¹

RESUMO:

No artigo apresenta-se uma revisão bibliográfica e histórica acerca de imaginários sociais e representações midiáticas sobre a Amazônia. Enfoca-se inter-relações entre aspectos socioculturais, ambientais e comunicacionais, observando como esse processo agencia atores sociais e interesses específicos na mídia amazonense. Trata-se de um estudo exploratório, com embasamento no pensamento pós-colonial, à luz da sociologia das ausências e emergências, com base em Boaventura de Sousa Santos, em diálogo interdisciplinar com aportes das ciências sociais, comunicação e jornalismo. Sugere-se a urgência de uma discussão jornalística mais crítica em relação à realidade bio-sociocultural amazônica que, ao contrário do se propaga pelo senso comum, não está em descompasso com a sociedade contemporânea.

Palavras-chave: Processos Socioculturais – Sociologia das Ausências e Emergências – Comunicação – Jornalismo na Amazônia.

ABSTRACT:

This paper presents a bibliographical and historical review about social imaginaries and media representations about the Amazon. It focuses on interrelations between socio-cultural, environmental and communicational aspects, observing how this process organizes social actors and specific interests in the Amazonian media. It is an exploratory study, based on postcolonial thought, in the light of the sociology of absences and emergencies, based on Boaventura de Sousa Santos, in a dialogue with contributions from the social sciences, communication and journalism. It is suggested the urgency of a more critical discussion regarding the Amazon bio-sociocultural reality that, contrary to the propagation of common sense, is not in disagreement with contemporary society.

Keywords: Socio-cultural Processes – Sociology of Absences and Emergencies – Communication – Journalism in the Amazon.

RESUMEN:

En el artículo se presenta una revisión bibliográfica e histórica acerca de imaginarios sociales y representaciones mediáticas sobre la Amazonia. Enfoca

¹ Professor no Curso de Comunicação Social do Instituto de Ciências Sociais, Educação e Zootecnia, da Universidade Federal do Amazonas em Parintins (ICSEZ/UFAM). Integrante do Grupo de Pesquisa Comunicação, Cultura e Amazônia (UFAM/CNPq). E-mail: rafa.lopes.7682@gmail.com.

interrelaciones entre aspectos socioculturales, ambientales y comunicacionales, observando como ese proceso actúa actores sociales e intereses específicos en los medios amazónicos. Se trata de un estudio exploratorio, con base en el pensamiento poscolonial, a la luz de la sociología de las ausencias y emergencias, con base en Boaventura de Sousa Santos, en diálogo con aportes de las ciencias sociales, comunicación y periodismo. Se sugiere la urgencia de una discusión más crítica en relación a la realidad bio-sociocultural amazónica que, al contrario de lo propaga por el sentido común, no está en descompás con la sociedad contemporánea.

Palabras clave: Procesos Socioculturales – Sociología de las Ausencias y Emergencias – la comunicación – Periodismo en la Amazonia.

INTRODUÇÃO

Neste artigo propomos uma revisão bibliográfica e histórica acerca de imaginários sociais, representações midiáticas e jornalismo na Amazônia, com foco na imprensa do Amazonas. Apontamos inter-relações e interdependências entre aspectos socioculturais, ambientais e comunicacionais na construção da mídia amazonense, observando como esse processo agencia atores sociais e interesses específicos. A discussão articula-se pela perspectiva dos estudos pós-coloniais², à luz de Boaventura de Sousa Santos, com a proposição da sociologia das ausências (experiências sociais) e da sociologia das emergências (expectativas sociais).

Trata-se de um trabalho de cunho exploratório, portanto, não há a aplicação de uma estratégia metodológica focada na obtenção de dados conclusivos ou na configuração de categorias tipológicas para serem analisadas e explicadas. Desse modo, o que apresentamos é uma possibilidade de leitura sobre o tema proposto, com base em aportes teóricos que tratam de ciências sociais, comunicação e jornalismo.

Partimos da premissa que as representações sobre a Amazônia na mídia são construções socioculturais que se cristalizaram no processo histórico em função da imposição de imaginários e interesses hegemônicos, erigidos sobretudo pelo poder

² Não há sistematização de uma teoria pós-colonial, entretanto, a partir de Chomsky (2013), Hall (2002), Santos (2006) e Santos e Meneses (2010), podemos compreender o pós-colonial como um campo de estudo configurado por várias perspectivas críticas à imposição vertical de relações de poder econômico, político, cultural e cognitivo. Portanto, são visões que propõem a construção de epistemologias descolonizadas, a fim de fazer emergir outros paradigmas teóricos e metodológicos para a compreensão da realidade sociocultural, superando as ideologias hegemônicas que ainda sustentam a maior parte dos estudos científicos e do entendimento sobre o mundo.

político-econômico (PINTO, 2006). São configurações que, normalmente, invisibilizam ou menosprezam outros sujeitos sociais envolvidos, especialmente as populações tradicionais, tais como as comunidades indígenas, ribeirinhas e extrativistas.

Compreendemos o imaginário como um conjunto de relações que se constrói no coletivo social, por meio de forças ideológicas, memórias afetivas, experiências culturais, percepções de sujeitos sociais sobre si próprios e na sua inter-relação com outros membros de uma coletividade. Assim, as sociedades estabelecem identidades, ideologias, aspirações, medos esperanças e organizam visões de mundo. Nesse sentido, o imaginário se constrói com base em experiências empíricas, mas não é apenas uma cópia do “real”. Também pode ser a ressignificação dessa “realidade”, em função dos sistemas simbólicos que permeiam as intersubjetividades da construção de imaginários (CASTORIADIS, 1982).

Conforme Silva (1999), a Amazônia está no imaginário universal e configura-se a partir de inúmeros sentidos, construídos desde percepções sobre a vastidão de floresta, água e espécies animais; no emaranhado de lutas entre nativos e conquistadores; nos meandros do colonialismo, do imperialismo, do globalismo. Está entre a realidade prosaica e as interrogações míticas que se espraiam pelo senso comum a partir das construções do passado e do presente, pela visão de colonizadores, viajantes, geógrafos, historiadores, poetas e tantos outros agentes sociais que (re)elaboram a região para significá-la/representá-la desde suas origens, transformações, promessas e frustrações.

Do ponto de vista comunicacional e semiótico, de acordo com Santaella (2003), o ser humano só concebe o mundo porque de alguma forma o representa e, conseqüentemente, só interpreta tal representação por meio de outra representação. Esse processo, pode ser gerado a partir de imagens mentais ou palpáveis, pelo gestual, por ações, sons, palavras, sentimentos etc. Desse modo, as relações entre os sujeitos e os contextos socioculturais, ambientais e tecnológicos, configurarão diferentes possibilidades de representação dos seus imaginários.

Sendo assim, diante das possíveis ausências produzidas na mídia, em função da propagação de imaginários limitados e suas representações focadas no exotismo, especialmente no noticiário jornalístico, propomos um olhar sobre aspectos históricos relacionados à imprensa amazonense. Tanto no âmbito da comunicação quanto das

ciências sociais este debate é pertinente, pois o jornalismo praticado pelos grandes grupos de mídia tem seu modelo editorial voltado para atender às demandas de produção, espetacularização e lucratividade das empresas. Assim, pode desviar-se de seu compromisso social, ético e de reflexão crítica, produzindo e disseminando valores e visões de mundo homogeneizantes, a partir do ponto de vista de elites político-econômicas.

CONTEXTO: DE QUE AMAZÔNIA ESTAMOS TRATANDO?

A Amazônia são várias e, neste artigo, não iremos nos aprofundar em suas especificidades e diversidade bio-sociocultural, pois não é o foco da discussão. Optamos por transitar numa atmosfera de impressões gerais, tendo como referência representações socioculturais construídas no processo histórico e costumeiramente transpostas na mídia. Contudo, salientamos que é impossível lançar uma única perspectiva de compreensão sobre esta região com 7,8 milhões de km², que perpassa por nove países da América do Sul³ e apresenta variadas paisagens naturais e complexos arranjos sociais, culturais e econômicos, decorrentes de diferentes formas de ocupação no processo histórico.

A Pan-Amazônia, com mais de 34 milhões de habitantes e cerca de 350 povos indígenas, descortina-se na maior floresta tropical, biodiversidade e bacia hidrográfica do planeta, sem contar nas jazidas minerais e valiosos recursos vegetais e animais que sempre despertaram a cobiça e aceleraram atividades exploratórias-predatórias. Portanto, um lugar de importância global para a biodiversidade e a economia (WANDERLEY, 2018). No Brasil, a região é denominada de Amazônia Legal, ocupa cerca de 60% do território e concentra menos de 10% da população brasileira. Estende-se pelos Estados do Amazonas, Pará, Roraima, Rondônia, Acre, Amapá, Maranhão, Tocantins e parte do Mato Grosso, o que corresponde a sete vezes o tamanho da França (IBGE, 2018).

Com o foco em tantos superlativos ambientais, desde a chegada dos europeus, percebe-se que as populações amazônicas e suas culturas foram relegados a categorias inferiores, conforme Vianna (2008). No processo histórico, esta construção

³ A Pan-Amazônia compreende áreas territoriais do Brasil, Venezuela, Colômbia, Peru, Bolívia, Equador, Suriname, Guiana e Guiana Francesa (WANDERLEY, 2018).

ideológica limitadora, produzida pelos interesses das elites, foi acentuando desigualdades, invisibilizando culturas, dizimando povos, silenciando línguas, desmitificando crenças e homogeneizando complexidades. Conseqüentemente, estigmatizando a região e seus habitantes (VIANNA, 2008).

A Amazônia se configura por multiplicidades bio-socioculturais. Nesse sentido, a referência à “Amazônia” neste texto pode parecer reducionista, já que o enfoque é na reconstituição histórica da imprensa no Amazonas. Mas, não estamos sustentando uma simplificação de contextos da diversidade, pois tal proposição baseia-se no pensamento complexo (MORIN, 2005; 2010). Para isto, consideramos alguns princípios propostos por Morin (2005, p. 74): o dialógico, o recursivo e o hologramático. Conforme o autor, “o princípio dialógico nos permite manter a dualidade no seio da unidade”, sendo possível associar termos, ideias ou conceitos que podem ser ao mesmo tempo complementares, antagônicos, concorrentes, integrados, ou desintegrados. Permite assumir racionalmente diferentes noções (mas, indissociáveis numa mesma realidade) para conceber um mesmo fenômeno complexo e contribuir para a organização ou compreensão do seu contexto mais amplo. Já o “processo recursivo é onde os produtos e os efeitos são ao mesmo tempo causas e produtores do que os produz”. Ainda conforme o autor, os sujeitos humanos produzem a sociedade, mas a sociedade produz a humanidade dos sujeitos conduzindo-lhes a cultura e a linguagem, assim “não apenas a parte está no todo, mas o todo está na parte. O princípio hologramático está presente no mundo biológico e no mundo sociológico”. Nesse sentido, da ideia de parte/todo/todo/parte, “a própria ideia hologramática está ligada à ideia recursiva, que está ligada, em parte, à ideia dialógica” (MORIN, 2005, p. 74-75). Portanto, em função disso, a referência à Amazônia ou ao Amazonas expressa-se na perspectiva das inter-relações.

Sendo assim, nesta discussão concebemos a Amazônia como construção simbólica, em suas dimensões socioculturais, ambientais e comunicacionais. Assim, os imaginários e notícias sobre a região manifestam-se na articulação de múltiplos conjuntos inter-relacionais, configurados por um “ecossistema comunicacional”⁴

⁴ Conforme Colferai (2014), a proposição dos Ecossistemas Comunicacionais não se apresenta como uma nova teoria da comunicação, mas como uma possibilidade aberta ou perspectiva interdisciplinar de compreender fenômenos comunicacionais nas multiplicidades que atravessam o ser

(COLFERAI, 2014). Esta sistematização ocorre por meio de relações socioculturais, que se ressignificam constantemente em fluxos comunicacionais, no decorrer das transformações sociais no tempo e no espaço. Ou seja, os processos comunicacionais - ao mesmo tempo em que são tecidos - tecem redes e processos de inter-relações e interdependências socioculturais.

DELINEAMENTO CONCEITUAL: SOCIOLOGIA DAS AUSÊNCIAS E SOCIOLOGIA DAS EMERGÊNCIAS

Santos (2002) salienta que a compreensão do mundo transcende a compreensão ocidental do mundo, que cria e legitima o poder social pelo prisma colonialista e imperialista. Assim, propõe uma crítica ao modelo de racionalidade ocidental (a razão indolente) em busca de uma razão cosmopolita, articulada por três procedimentos sociológicos: a sociologia das ausências, a sociologia das emergências e o trabalho de tradução.

Portanto, a razão cosmopolita representa uma transição que privilegia a ecologia entre os saberes, incluindo saberes não científicos e não filosóficos que continuam apartados dos debates sobre a produção de conhecimentos e sentidos. Ao invés de propor uma teoria geral propõe um processo de tradução que seja capaz de criar uma inteligibilidade mútua entre experiências possíveis e disponíveis. Assim, expandindo o presente (sociologia das ausências) e contraindo o futuro (sociologia das emergências) é possível ampliar a possibilidade de criar o espaço-tempo necessário para conhecer e valorizar experiências e ações que são invisibilizadas na sociedade.

Para começar o processo de reversão deste cenário, Santos (2002) propõe pensar a partir da ideia da sociologia das ausências, que reflete sobre experiências e

humano, a natureza e as tecnologias da comunicação e informação. Ao tratar das inter-relações e interdependências entre o contexto sociocultural, o ambiente e a tecnologia, esta abordagem considera a corporeidade das relações e as subjetividades acionadas em sociedade, tomando-as como instâncias inseparáveis amplificadas pelas tecnologias que estendem as inervações humanas para além dos limites corpóreos. Neste sentido, as vivências de populações tradicionais da Amazônia, que se relacionam com o ambiente de maneiras diversas das ocidentais, são o ponto de contato entre o conceito e as práticas cotidianas: a Amazônia, por ser uma das porções do planeta onde se percebe claramente as recursivas relações entre ser humano, natureza e – pela crescente presença – tecnologias da comunicação e informação, torna-se metáfora explicativa do Ecossistema Comunicacional.

maneiras de ser, estar e compreender o mundo que são subtraídas dos sistemas hegemônicos de validação social. A sociologia das ausências questiona os motivos de concepções excludentes terem obtido primazia na sociedade e também visa identificar modos de confrontar e superar a concepção de totalidade e racionalidade metonímica que sustenta os modelos hegemônicos, assim como outras vertentes sociológicas críticas discorrem sobre a problemática, como os estudos culturais. Contudo, Santos (2002) acredita que a sociologia das ausências é mais transgressiva ao surgir como alternativa epistemológica que subverte à própria lógica que constituiu as ciências sociais convencionais, pois a sua objetividade é dependente da qualidade da sua dimensão subjetiva.

Acreditamos, assim, ser possível compreender melhor a relação entre produção midiática e propagação de imaginários limitados sobre a Amazônia. Nesse sentido, é possível propor a transformação das ausências em presenças, ao discutirmos como a região é pautada e representada nos meios de comunicação, em como as temáticas são abordadas, de que maneira são estabelecidas relações entre atores sociais envolvidos, bem como as percepções e os sentidos configurados neste contexto. Ou seja, buscar compreender inter-relações e interdependências sobre o que é enfatizado e o que é invisibilizado ou subalternizado na cobertura noticiosa, pois “há produção de não-existência sempre que uma dada entidade é desqualificada e tornada invisível, ininteligível ou descartável de um modo irreversível (SANTOS, 2002, p. 246).

A discussão a partir da ideia da sociologia das ausências nos leva à reflexão sobre a sociologia das emergências. De acordo com Santos (2002, p. 256) “enquanto a sociologia das ausências amplia o presente, juntando ao real existente o que dele foi subtraído pela razão metonímica, a sociologia das emergências amplia o presente, juntando ao real amplo as possibilidades e expectativas futuras que ele comporta”.

Nesse sentido, é possível tentar combater as negligências por meio de uma relação de equilíbrio entre experiências e expectativas sociais propondo novos caminhos emancipatórios. Estes, inclusive podem indicar novas possibilidades sustentáveis para a discussão do papel do jornalismo no futuro, ainda mais quando consideramos a discussão da construção sociocultural de percepções sobre a Amazônia.

Entendemos que abordagens ou intervenções jornalísticas com propostas emancipatórias e maior engajamento na discussão amplificada sobre o contexto das notícias talvez não sejam possíveis na imprensa de referência, mas podem ser pensadas e produzidas por meios alternativos, a partir da reflexão crítica sobre o material veiculado na grande imprensa, ao identificarmos as ausências e emergências implícitas ou explícitas em suas coberturas.

Assim, ao refletirmos sobre a sociologia das ausências e emergências, chegamos ao trabalho de tradução proposto por Santos (2002). Conforme o autor, o pensamento pós-colonial tem o desafio da desconstrução, que consiste em identificar resíduos eurocêntricos herdados do colonialismo ainda presentes nos mais diversos setores da sociedade (leis, educação, política, cultura etc.). E, a partir daí reconstruir possibilidades socioculturais que foram interrompidas ou estão marginalizadas. Nesse sentido, o trabalho de tradução procura fazer o duplo movimento de captar a relação hegemônica entre as experiências subalternizadas e amplificar tais experiências para além das relações de dominação.

O JORNALISMO COMO UMA FORMA DE CONHECIMENTO E MEDIAÇÃO SOCIOCULTURAL

O jornalismo pode ser entendido como uma construção discursiva encadeada a partir de interpretações sobre fatos e acontecimentos sociais produzindo determinadas perspectivas sobre a realidade. Contudo, conforme Traquina (2005, p. 169), “o paradigma das notícias como construção não implica que as notícias sejam ficção”. Desse modo, ao construir notícias, o jornalismo reelabora e reproduz, por meio de suas técnicas e linguagem próprias, informações dos mais diversos campos de saberes e conhecimentos institucionalizados.

Conforme Meditsch (2002) é uma atividade focada no real, especialmente no factual imediato, operando no campo lógico do senso comum e condicionada pelos contextos de sua produção. Consequentemente, retrata aspectos gerais de um sistema cultural em dado espaço e período sócio histórico, expressando uma determinada identidade naquele dado contexto (HALL, 2002). A matéria prima do jornalismo é a informação. Esta é um bem valioso e quem a tem geralmente detém o poder. Em modelos hegemônicos da produção de notícias, a veiculação do discurso

jornalístico está imbricado nas rotinas das empresas de comunicação e suas linhas editoriais, metas financeiras e inclinações políticas (CHOMSKY, 2013).

Pena (2012), que critica as regulamentações de políticas neoliberais que propiciam a multiplicação e a concentração de poder dos oligopólios empresariais de comunicação (como detentores da enunciação e difusão de informações e conteúdos culturais), diz que a interferência e controle dos governos e das elites econômicas ocorre desde as gazetas⁵ italianas do século XVI e seus informes de interesse mercantil, nos primórdios da atividade jornalística, até os megaconglomerados de mídia global do século XXI, em que o jornalismo é apenas uma de suas atividades.

O desenvolvimento dos canais de informação está sempre atrelado a interesses econômicos ou políticos. Na maioria das vezes, os dois juntos. Como quase tudo na sociedade ocidental. Foi assim com o telégrafo, criado para proteger as ferrovias americanas no século XIX e também com o rádio, usado estrategicamente durante a Primeira Guerra Mundial. Foi assim com o próprio jornalismo. [...] Em seu código genético não encontramos um serviço público, mas sim um comércio de notícias (PENA, 2012, p. 33-34).

Além dos aspectos mercadológicos e técnicos dos “negócios jornalísticos”, os profissionais da imprensa e suas formas de abordagem integram uma sistemática que tem como objetivo atingir ou comunicar ao público. Nesse processo há desde aspectos “éticos e deontológicos”⁶ que balizam os preceitos do exercício profissional até questões subjetivas, como preferências e simpatias de cada jornalista, bem como a formação intelectual, experiência prática, pressões editoriais entre outros aspectos (TRAQUINA, 2005).

⁵ O nome gazeta vem do italiano *gazzete* que era a moeda utilizada na região de Veneza no século XVI. Nessa época os periódicos de quatro páginas custavam uma moeda (uma gazeta).

⁶ O Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros tem como base o direito fundamental do cidadão à informação, que abrange seu o direito de informar, de ser informado e de ter acesso à informação. Está em vigor desde 1987 e foi atualizado em 2007, a partir das colaborações de sindicatos, professores e jornalistas, por meio de uma consulta pública organizada pela Federação Nacional dos Jornalistas (FENAJ). Dentre outros aspectos, o Código de Ética dos Jornalistas trata da liberdade de imprensa, conduta profissional, responsabilidades e deveres. Cabe salientar que a ética jornalística deve ser compreendida como um conjunto de aspectos morais do jornalista e uma obrigação prática profissional baseada na livre ação da pessoa e do seu carácter moral e bom senso. Já a deontologia jornalística diz respeito a um conjunto de regras e obrigações que se exigem do profissional, determinando o jornalista e a sua profissão através de Códigos Deontológicos, ou seja, conjunto de regras e princípios que regem a conduta de um profissional, estudando os deveres que determinam a sua profissão. Sendo assim, percebe-se que no Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros contempla-se a observância e prática constante entre a ética e a deontologia jornalística (KARAM, 2014).

Conforme Traquina (2005), os processos institucionais, técnicos e socioculturais da produção jornalística - portanto, um “produto à venda” (MEDINA, 1985) ou uma mercadoria da comunicação social - convergem para determinados enquadramentos narrativos dos acontecimentos, estabelecidos pelos chamados valores-notícia, sistematizados em critérios como notoriedade dos sujeitos envolvidos, o impacto social do acontecimento, a proximidade, a relevância, a atualidade, os conflitos e controvérsias, a morte, entre outros.

Sendo assim, é no trabalho de enunciação que os profissionais do jornalismo e os veículos da imprensa, ambos com suas lógicas internas, constroem os discursos noticiosos. E, como já indicamos, conseqüentemente, apresentam uma construção de realidade. Esses pressupostos configuram o modelo teórico do *newsmaking*, que poderia ser traduzido por processo de produção de notícias formado por critérios de noticiabilidade, operações e instrumentos que definem o que será notícia. Conforme Wolf (2003), o conceito se articula a partir de três características fundamentais. A primeira está ligada a cultura e os valores do próprio jornalista, a segunda refere-se aos limites organizacionais e relações de trabalho e a terceira com os processos práticos da produção do noticiário.

Logo, o mercado jornalístico caracteriza-se por um planejamento sistematizado como uma rotina industrial, sob imposições empresariais que normalmente condicionam os profissionais à submissão de regras organizacionais que nem sempre estão alinhadas aos princípios éticos do jornalismo, já que muitas vezes transformam-se em “aparelhos ideológicos do Estado e das elites econômicas”, reforçando o ponto de vista dos poderes constituídos (CHOMSKY, 2013; HALL, 2002). Contudo, Pena (2012) salienta que a atividade jornalística é extremamente complexa e não pode ser encarada apenas por um ponto de vista determinista, pois a noticiabilidade é uma negociação entre os atores do processo produtivo nas redações, os interesses da empresa de comunicação, o cenário político-econômico e o público. Portanto, é um sistema que se recontextualiza.

Entretanto, nota-se uma recorrência em indicar que a imprensa funciona como um dispositivo modelador dos conhecimentos e informações cotidianas, utilizando a simplificação de estereótipos e clichês culturais para ilustrar a percepção da realidade. A teoria do agendamento (*Agenda Setting*) sugere uma relação causal entre a agenda

mediática e a agenda pública, pois defende que o público tende a considerar mais importante os assuntos que são veiculados na imprensa. Assim, em função do que é exposto pelos meios de comunicação à sociedade, há o agendamento e a hierarquização nas discussões de determinados assuntos, bem como na forma de pensar sobre os acontecimentos e de se relacionar uns com os outros em sociedade (WOLF, 2003).

A teoria do agendamento não tem o objetivo de analisar o papel dos meios de comunicação nas mudanças de opinião ou os assuntos que circulam entre o público, mas, conforme McCombs (2004), preocupa-se com a influência da imprensa nas percepções, formação e mudança de cognições dos consumidores de informações midiáticas. Isto é, na maneira como o público conversa, apreende e forma seu conhecimento pela imprensa. Para Hall (2002), a imprensa além de definir para a população quais são os acontecimentos mais significativos e que merecem atenção da opinião pública, também impõe a interpretação de como compreender esses acontecimentos.

Pena (2012, p. 144) diz que a teoria do agendamento não defende que a imprensa pretende persuadir o público e nem o considera atomizado, como sugerem a teoria hipodérmica e a teoria dos efeitos limitados, pois “a influência da mídia nas conversas dos cidadãos advém da dinâmica organizacional das empresas de comunicação, com sua cultura própria e critérios de noticiabilidade”. O autor enfatiza ainda que os estudos baseados nesta perspectiva normalmente enfatizam a relação entre agenda midiática e agenda pública a médio e longo prazo, pois a influência da mídia pode ser admitida quando interfere na reestruturação da imagem da realidade social, organizando novos elementos e formando novas opiniões e crenças.

A ação da mídia sobre a realidade sociocultural deve ser analisada pela capacidade que os meios de comunicação têm para criar e manter a relevância de um determinado tema em sua cobertura. Portanto, há uma relativização sobre os pressupostos do agendamento, no ponto de vista da mídia tradicional, que não devem ser compreendidos de maneira determinista, ainda mais na sociedade contemporânea com a questão das redes sociais da internet que alteram as características de unilateralidade e massificação.

Diante disso, nos deparamos com outra questão bastante polêmica no jornalismo: a credibilidade pela objetividade. Esta, conforme Medina (1985), não deve ser perseguida pela chamada imparcialidade neutra e objetiva (que é uma utopia), mas pela busca da isenção e responsabilidade ética. Traquina (2005) diz que a objetividade pode ser encarada como uma estratégia que não negue a subjetividade, mas seja estabelecida por uma série de procedimentos que assegurem a credibilidade.

O autor admite que a questão da objetividade é uma das questões mais polêmicas em relação ao exercício do jornalismo e à postura dos jornalistas, mas defende que é necessário estabelecer “uma equidistância entre o profissional do campo jornalístico e os diversos agentes sociais, atuando com justiça, ouvindo as diversas perspectivas, mantendo a sua independência” (TRAQUINA, 2005, p. 142). Nessa perspectiva, Medina (1985) reforça que o noticiário deveria ser polifônico e polissêmico, procurando dar voz aos atores sociais envolvidos na questão e apresentando um contexto diversificado para que o conhecimento sobre o assunto abordado possa ser o mais amplo possível ou aproximado da “realidade dos fatos”⁷.

Contudo, nem sempre as múltiplas fontes e a delimitação de contextos se refletem em uma abordagem verdadeiramente polifônica e polissêmica, porque os personagens e os cenários enfocados podem partilhar de uma mesma perspectiva ou estarem sendo usados para reforçar os interesses do enunciador (jornalista ou veículo de comunicação). Conforme Pena (2012, p. 29), os assuntos trazidos para a esfera pública, por meio da imprensa, podem “ser forjados por esquemas de *marketing* que visam moldar o gosto do público e agendar seus debates”.

Uma forma de resistência ao jornalismo convencional seria uma prática realmente em consonância com os preceitos éticos ligados à função social do jornalismo, vigilante ao seu compromisso com a isenção, resistente às pressões mercadológicas e as limitações das rotinas de produção noticiosa, por meio de

⁷ Com base em aportes do pensamento complexo, compreendemos que os fatos configuram-se a partir de determinadas observações que, por sua vez, são orientadas por um conjunto de percepções e esquemas de representação, interpretação, classificação e compreensão dos fenômenos. Portanto, não existe uma verdade absoluta.

abordagens críticas balizadas pela liberdade de expressão, acesso democrático, respeito à pluralidade de opiniões e à diversidade sociocultural.

Pena (2012), sugere alguns pressupostos que podem ser relacionados a esta ideia. Conforme o autor, o jornalista deve ser autocrítico antes e depois da realização da reportagem, procurando evitar os preconceitos, limitações e estereótipos; trabalhar de forma objetiva, mas não ser um observador neutro e inserir os setores da sociedade que geralmente são excluídos ou relegados a segundo plano nos debates midiáticos; enxergar as matérias não pelo valor de mercado, mas pelo serviço que presta à comunidade; checar atentamente as informações antes de divulgá-las; procurar compreender as entrelinhas dos discursos de sujeitos, grupos sociais ou instituições; propor novas rotinas de trabalho, de abordagens, posturas e ações.

Devido à inserção do jornalismo nos mais variados segmentos da sociedade, esta atividade configura-se como uma forma de mediação entre os fatos e os sujeitos. Seus produtos tornam-se bens simbólicos e relevantes para a produção de sentidos sobre o cotidiano e o mundo, pois fazem chegar a muitos o que estaria restrito ao conhecimento de poucos. Assim, pelos enunciados jornalísticos a sociedade toma conhecimento do que ocorre em âmbito local ou global, e por intermédio das informações divulgadas pode formar sua opinião e tomar decisões acerca de uma série de questões (PENA, 2012).

Nesse sentido, os profissionais que atuam na imprensa, especialmente nesta época de convergências tecnológicas, precisam estar preparados para compreender os contextos amplos sobre os fatos aos quais são designados para cobrir. Conforme Pena (2012, p. 12), devido “a hibridização de contextos midiáticos e culturais em fluxos de informação com velocidade cada vez mais acelerada, o profissional da imprensa precisa ter uma formação sólida e específica para assumir o papel de mediador”.

Em função disso, percebemos o poder da mediação jornalística na construção de sentidos sociais e podemos considerá-lo como um dispositivo que interfere e influencia nos processos socioculturais, na propagação de ideologias e até nas escolhas políticas⁸. Pena (2012) enfatiza que, quando se pensa no jornalismo como

⁸ Atualmente, observa-se uma transformação cultural na função mediadora do jornalismo, já que os veículos de mídia tradicionais, como jornais impressos, TV e rádio, estão perdendo espaço para a internet e suas características de facilitar aos cidadãos o acesso à produção de conteúdo e veiculação

uma construção da realidade, há algumas questões centrais (que se desdobram em outras) para iniciar uma reflexão sobre sua influência: Por que as notícias são como são? Quais efeitos que essas notícias geram na opinião pública⁹?

A primeira parte preocupa-se fundamentalmente com a produção jornalística, mas também envereda pelo estudo da circulação do produto, a notícia. Esta, por sua vez, é resultado da interação histórica e da combinação de uma série de vetores: pessoal, cultural, ideológico, social, tecnológico e midiático. Já os efeitos podem ser divididos em afetivos, cognitivos e comportamentais, incidindo sobre pessoas, sociedades, culturas e civilizações. Mas também influenciam a própria produção da notícia, em um movimento retroativo de repercussão (PENA, 2012, p. 216).

Por isso, Pena (2012), mesmo defendendo o jornalismo como um campo de conhecimento específico, acredita que a sua compreensão teórica e seus desdobramentos práticos necessitam de um arcabouço interdisciplinar. Conforme o autor, isto é necessário para contemplar a complexidade das técnicas de narração da notícia, analisar os aspectos semiológicos do discurso jornalístico, as funções dos profissionais da imprensa, as características de editorias entre outros assuntos.

É possível incluir de forma tangencial uma abordagem histórica, ética epistemológica do jornalismo, bem como discussões estilísticas, instrumentais e de gênero. Construir uma teoria unificada não significa partir para um isolamento científico. O movimento deve ser exatamente contrário, com a incorporação de outros saberes pertinentes e o diálogo com teorias análogas (PENA, 2012, p. 217).

de opiniões. Desse modo, por meio de um ecossistema midiático reticular, o receptor também cria seus meios para ser um emissor, sobretudo pelas redes sociais. Em princípio, podemos dizer que essa dinâmica rompe com a forma de circulação de informações e conhecimentos proporcionando uma forma mais democrática de produção e acesso aos conteúdos de interesse social. Porém, cada vez mais, alguns grupos vinculados a interesses hegemônicos criam estratégias para que essas múltiplas possibilidades, aparentemente livres, disseminem ideologias. Do mesmo modo ocorre com as grandes corporações de comunicação global (como *Google* e *Facebook*) que por meio dos serviços oferecidos beneficiam aos seus próprios interesses mercadológicos.

⁹ Conforme McCombs (2004), os meios de comunicação influenciam a opinião das pessoas sobre os assuntos que aborda, pois os veículos da mídia funcionam como janelas para o mundo. Sendo assim, a opinião pública é formada e agendada pela construção do pseudoambiente representado nos meios de comunicação, em função de questões psicológicas que se refletem em atitudes opiniões e comportamentos. Em suas respectivas épocas históricas, o telégrafo, o telefone, o rádio, a televisão e, agora, a internet têm provocado cenários em alguns casos alarmantes, sobre mudanças revolucionárias na sociedade.

Por estarmos voltados à discussão de imaginários e representações sobre o ambiente amazônico, pressupomos que tais construções socioculturais estejam relacionadas tanto à interesses institucionais quanto a aspectos subjetivos da mídia e seus produtores. Contudo, somente ao descortinarmos os cenários e vozes desse processo poderemos propor novas abordagens para a Amazônia na mídia, inclusive no jornalismo local e regional.

Isto talvez seja fundamental para fomentar a justiça social e cognitiva acerca das informações sobre ambiente, cultura e sociedade na Amazônia. É importante que estas informações também possam emergir e serem geradas a partir das perspectivas da própria região, com o protagonismo das suas populações que são conhecedoras desse mosaico bio-sociocultural, na interface entre conhecimentos tradicionais e o conhecimento científico, tecnologia, políticas públicas e iniciativas para o desenvolvimento econômico da região.

Muniz Sodré (2002) nos indica que os meios de comunicação de massa, seus suportes e tecnologias constituem uma nova forma de vida em sociedade, com valores, regras e costumes próprios. Um conjunto de fatores que, como já apontamos, o autor denomina de “bios midiático”, alertando que seus mecanismos de controle e exploração podem trazer riscos à emancipação cidadã e à democracia. Desse modo, Muniz Sodré (2002) propõe uma compreensão da comunicação em seu sentido mais amplo: o de interação e comunhão. Os fenômenos comunicacionais na contemporaneidade são marcados por tramas reticulares de interações socioculturais e convergências tecnológicas, como percebemos nas discussões sobre a complexidade da comunicação e da cibercultura, por Pierre Lévy (1999), André Lemos (2013) e Pollyana Ferrari (2016).

Para Castells (1999), a comunicação em rede na sociedade contemporânea, a qual denomina sociedade digital ou sociedade da era da informação, é caracterizada pela interligação da vida cotidiana aos interesses empresariais e às rotinas de trabalho, das manifestações culturais aos modelos educacionais, dos interesses econômicos às decisões políticas e da mediação dos meios de comunicação. Proporciona a possibilidade de um movimento global que poderia revitalizar o sentido de democracia. Pois, segundo o autor, há cada vez mais movimentos sociais descentralizados dos poderes hegemônicos, e por sua vez com organizações móveis

sem liderança centralizada. Entretanto, Castells (1999) alerta que a tecnologia e as novas mídias, geralmente, acabam sendo utilizadas para acentuar a dominação política, a exploração comercial das pessoas e intensificar os conflitos sociais.

MEIOS DE COMUNICAÇÃO NA AMAZÔNIA E A IMPRENSA NO AMAZONAS

O histórico da expansão dos meios de comunicação social na Amazônia é permeado por períodos de efervescências e estagnações, em função de interesses políticos e períodos econômicos. O desenvolvimento das comunicações na região também está relacionado às peculiaridades do ambiente. Pesquisadores como Barbosa (1980) e Pires (2010) ressaltam que a intrincada geografia da Amazônia (com sua enorme extensão territorial, densas florestas, rios com ciclos de cheias e secas) sempre foi posta como um obstáculo para o desenvolvimento das comunicações na região, principalmente na época da implantação das linhas telegráficas.

A ligação via telégrafo entre o Rio de Janeiro, a então capital do Brasil, e Belém do Pará foi estabelecida em 1873 e com Manaus em 1896. Mas, havia uma imensa área do oeste amazônico e das localidades do interior sem comunicação. Nesse sentido, a implantação das linhas telegráficas (para dinamizar as comunicações do norte com o centro do país) além de um instrumento do Governo Federal para reforçar ideais de progresso e desenvolvimento passou a levantar a bandeira da segurança nacional.

Segundo Pires (2000), as expedições do marechal Cândido Rondon (entre 1907 e 1915) evidenciam os interesses do Estado em relação ao desenvolvimento das comunicações na Amazônia, considerando o fluxo civilizatório com a expansão e a presença militar para defender as fronteiras, juntamente com as políticas de povoamento na área. O telégrafo, entretanto, chegou tardiamente à região. Quando a rede entre Cuiabá e a atual cidade de Porto Velho foi inaugurada, o rádio e o telefone já começavam a se expandir e proporcionavam novas possibilidades de comunicação. Anteriormente ao telégrafo e ao rádio, o jornal era o meio de comunicação mais difundido na região, conforme Antony (2004) e Bittencourt (1973).

Munaro (2017) reforça que o início da imprensa na Amazônia ocorreu em paralelo às transformações sociais, políticas e econômicas proporcionadas pelo período de desenvolvimento econômico decorrente da exploração do látex (sobretudo

no final do século XIX e início do século XX), quando Manaus e Belém ganharam ares cosmopolitas, e cidades como Itacoatiara, Manicoré, Lábrea, Parintins e Santarém, importantes portos na rede hidrográfica amazônica, também passaram a experimentar o processo de modernização e a incorporação de novos hábitos, nos moldes europeus, na tentativa de dissimular o estigma do atraso e as heranças indígenas.

A mídia impressa se converteu no final do século XIX num elemento fundamental para o processo de constituição de uma identidade amazônica, permitindo o seu diálogo com o restante do Brasil, ainda que isso acontecesse na forma de uma negociação sempre tendente a absorver a nação forjada a partir do Rio de Janeiro (MUNARO, 2017, p. 99).

No Amazonas, segundo Munaro (2017), os jornais impressos nasceram para atender os anseios políticos e econômicos das elites, escorados em discursos republicanos e no racionalismo positivista. As preocupações sociais e os interesses mais amplos da população só foram ganhar destaque na imprensa manauense em meados do século XX. O rádio e o cinema, na primeira metade do século XX, e posteriormente a TV, também passaram a exercer influência nos discursos sobre a região. No caso do rádio, impulsionado principalmente pela política do Estado Novo, com a ideologia da integração nacional e, em seguida, com a exploração do potencial comercial. Já o cinema pioneiro na região, especialmente por meio dos filmes de Silvino Santos, tinha o intuito de mostrar as potencialidades econômicas da região para o público nacional e internacional. Embora estes filmes fossem documentários, ainda narravam a região por uma perspectiva exótica.

Tanto a imprensa quanto a radiodifusão e o cinema “refletiam o desejo do homem amazônico figurar no panorama político brasileiro, garantir uma forma de filiação, fixar uma memória relativa à importância da sua terra e gente” (MUNARO, 2017, p. 110), ao mesmo tempo em que influenciaram a mobilização popular para determinadas propostas políticas e a construção de identidades sociais, mesmo com as limitações técnicas devido às características geopolíticas da região.

Assim, a cobertura sobre as periferias das cidades, o interior e os anseios das populações tradicionais foram sendo relegados na busca por uma afirmação de civilidade e modernidade. Em Santa Maria do Grão Pará (Belém) os impressos começaram a circular na década de 1820. Já o primeiro periódico do Amazonas foi o

jornal *Cinco de Setembro*, fundado por Silva Ramos, em 1851. O nome faz alusão à data de desmembramento da Província do Amazonas da Província do Grão-Pará e, conforme Bittencourt (1973), o jornal noticiava atos do governo e evidenciava pessoas ligadas ao Estado.

A partir da metade do século XIX uma série de jornais foi fundada para traduzir os interesses das elites. No interior do Amazonas o primeiro jornal foi *O Itacoatiara*, de 1874, extinto no ano seguinte. *O Comércio do Amazonas*, de 1869, foi o primeiro a apresentar ilustrações e também passou a discutir questões mais amplas da sociedade. Até meados da década de 1880 os jornais circulavam em publicações alternadas e quase nunca ultrapassavam dois anos de atividades, segundo Anthony (2004).

Com a abolição da escravatura (em 1888) e a proclamação da república (em 1889) o jornalismo impresso passou por um período de mudanças. *O Diário Oficial do Amazonas* foi criado em 1892, pelo governador Eduardo Ribeiro e, conforme Anthony (2004), nesta época também foi sendo diversificada a circulação de jornais impressos e manuscritos. Segundo o autor, até meados da década de 1920 oito periódicos (quase todos com circulação quinzenal) caracterizavam-se pela abordagem de temáticas de política local e nacional, esporte e economia, além da crônica das personalidades da alta sociedade. Em 1943 o *Jornal do Comércio*, que circulava desde 1904, foi comprado pelos Diários Associados de Assis Chateaubriand (o maior grupo empresarial de comunicação brasileiro na época), tornando-se um dos principais veículos de comunicação do norte do Brasil.

O rádio também é uma página importante na história das comunicações no Amazonas. Segundo Nogueira (1999), o radioclubismo em Manaus começou no ano de 1922, impulsionado pelos radiófilos que experimentavam transmissões de forma amadorística ou buscavam sintonia em estações estrangeiras e do centro-sul do país. Entretanto, segundo o autor, o rádio como meio de comunicação chegou oficialmente ao Amazonas em 1927. A *Estação Radiofônica* supervisionada pela *Amazon Telegraph*, transmitia a 16 estações no interior do Estado. Mas, por questões políticas pouco depois de seu início passou por um período de estagnação e só a partir da década de 1930, com a instalação de novas antenas, passou a se desenvolver novamente.

Muitos ouvintes dispunham de receptores importados e com maior alcance e, por isso, preferiam sintonizar em rádios famosas nacionalmente ou em estações internacionais. Nesta mesma época, o setor impresso foi impulsionado pela Empresa de Comunicação Archer Pinto, que em seus periódicos (*O Jornal e Diário da Tarde*) também passou a tratar de assuntos policiais, problemas de ordem social, demandas urbanas, além de começar a priorizar os anúncios comerciais e o uso de fotografias. Também observa-se neste período a expansão das colunas sociais, de moda e lazer, conforme Nogueira (1999).

Em 1938 foi inaugurada a segunda rádio no Amazonas *A Voz da Bariceia*, com uma programação de música, notícias e comentários. O sinal era melhor em relação à *Estação Radiofônica* (popularizada como *A Voz de Manaós*), pois o governo havia trocado os cabos de transmissão. *A Voz da Bariceia*, conforme Nogueira (1999) foi se desenvolvendo com o compromisso de difundir interesses educativos e culturais do Governo e também aos interesses comerciais da empresa. A programação passou a ser mais diversificada e ganhou as inserções de propaganda durante as transmissões. Em 1943, foi adquirida pelo magnata das comunicações Assis Chateaubriand e passou a se chamar *Rádio Baré*.

A radiodifusão também estava presente nos serviços de alto falante no centro de Manaus, com a finalidade de transmitir o noticiário local, recados amorosos, registrar presenças ilustres e promover diversão. Em 1948, após a segunda guerra mundial, foi inaugurada a *Rádio Difusora do Amazonas*, financiada por grandes empresários como J.G. Araújo para ser concorrente da *Rádio Baré*. Nessa época, tanto as emissoras de rádio quanto os jornais começam a acentuar as polarizações políticas e a defesa de diferentes interesses econômicos, conseqüentemente a disputa por leitores e ouvintes (NOGUEIRA, 1999).

Em 1949 foi fundado o jornal *A Crítica*, por Umberto Calderaro Filho, com um enfoque maior para as demandas da população, mas também promovendo determinados segmentos da elite econômica. A radiodifusão passou a crescer ainda mais a partir da década de 1950 no Brasil. Em 1954 foi inaugurada a *Rádio Rio-Mar* em Manaus, com a proposta de ser um veículo exclusivamente informativo e dar voz à população para reclamar dos problemas comunitários, de acordo com Nogueira (1999). No mesmo período também surgiu em Manaus o *Clube da Madrugada*, um

movimento artístico-literário que reunia intelectuais e artistas de diferentes vertentes que discutiam sobre manifestações culturais e buscavam uma identidade artística regional. É também na década de 1950 que a TV chega ao Brasil. A TV Tupi, fundada por Assis Chateaubriand em 1951 foi a primeira emissora da América Latina.

Já a TV Globo que tornou-se a quarta maior emissora de TV no mundo, recebeu a concessão do Governo Federal em 1965. Na década de 1960 tanto o rádio quanto a TV se expandiram e conquistaram maior atenção do público. Em função das novidades proporcionadas pela televisão, tanto os impressos quanto as rádios passaram por adaptações para não perder leitores e ouvintes, investindo em reportagens de cunho sensacionalista e transmissões de rádio ao vivo, direto do local de onde os fatos ocorriam, como reforça Nogueira (1999).

No final da década de 1960 a TV foi implementada na região norte, tendo como pano de fundo a manutenção de interesses políticos, como reforça Pires (2010). O autor evidencia que o Pará foi o primeiro Estado da região a ter uma emissora de TV, com a inauguração da *TV Marajoara* (dos Diários Associados) em 1961, e um ano depois entrou no ar a *TV Guajará*.

Em 1966 entrou no ar a *Rádio Tropical*, a primeira de frequência modulada (FM) em Manaus. Esta rádio apresentou uma nova maneira de se comunicar com a audiência da região valorizando o entretenimento, ressalta Nogueira (1999). A *TV Ajuricaba*, inaugurada em 1967, foi a primeira emissora de televisão no Amazonas. Inicialmente retransmitia a programação da Rede Record, mas em 1974 passou a receber o sinal da Rede Globo. Pires (2010), salienta que, em 1970, Manaus tinha 250 mil habitantes e apenas 5% da população tinha acesso à TV. Em 1971 foi inaugurada a *TV Baré*, afiliada da *TV Tupi*, do *Grupo Diários Associados* que passou a deter no Amazonas um conglomerado midiático composto por jornal, rádio e TV.

Em 1972 foi criada a *TV Amazonas*, fruto da parceria entre Phelippe Daou, Milton de Magalhães Cordeiro e Joaquim Margarido, inaugurando a TV em cores no Amazonas e apostando numa programação de cunho regional e na agilidade do telejornalismo, como afiliada da *TV Bandeirantes* de São Paulo. O *Jornal do Amazonas* estreou no dia da inauguração da TV e se mantém como o principal noticiário da emissora. Com a concessão dada pelo Governo Federal a empresa se expandiu por outros Estados do norte, inaugurando emissoras em Roraima (1972),

Rondônia, Acre e Amapá (1974), tornando-se a rede regional com a maior área de cobertura geográfica do Brasil, pois além das capitais foram instaladas retransmissoras no interior dos Estados (PIRES, 2010).

Na década de 1970, durante a ditadura militar, o ufanismo nacionalista do governo em relação à integração da Amazônia (com o slogan “integrar para não entregar”) apoiava-se no discurso desenvolvimentista propagado pela mídia, mas no fundo favorecia grandes grupos nacionais e internacionais, segundo Pires (2010). O autor também destaca que negociações envolvendo a venda de terras para estrangeiros explorarem minérios em áreas do norte do Brasil e o genocídio de povos tradicionais da Amazônia foram dissimulados por muitos veículos de comunicação. Foi um período marcado pela construção da Transamazônica e da implantação da Zona Franca de Manaus. Os meios de comunicação e os produtos noticiosos jornalísticos, controlados pelo DIP¹⁰, influenciavam a opinião pública e negligenciavam assuntos que fossem contra os interesses do Estado, inclusive encobrindo problemas sociais, ambientais e étnicos, quando estes eram considerados entraves para o “desenvolvimento” da região (COSTA, 2011).

Até 1982, quando as transmissões de TV passaram a ser via satélite, a programação produzida pelas cabeças-de-rede nacionais no Rio e em São Paulo eram enviadas em fitas VHS para as emissoras regionais. Os programas eram exibidos com dias ou até semanas de atraso em relação a outros lugares do país. Em 1986 a *TV Amazonas* passou a veicular a programação da *Rede Globo*, sendo que as demais emissoras do grupo na região já tinham a emissora carioca como cabeça-de-rede. Em 1987 o governo brasileiro concedeu à *Rede Amazônica* o uso integral de uma das bandas do satélite *Brasil Sat I* e, assim, foi criado o canal temático *Amazon Sat*, voltado para assuntos da região destacando aspectos sociais, culturais, econômicos e políticos.

Para qualificar os profissionais da radiodifusão também foi criada pelo grupo a *Fundação Rede Amazônica* em 1985. No mesmo ano começou a operar a *Rádio Amazonas FM*. Conforme Pires (2010), a estratégia foi integrar a região por meio do

¹⁰ O Departamento de Imprensa e Propaganda, criado por decreto no governo de Getúlio Vargas, em 1939, era um instrumento de censura e propaganda governamental.

jornalismo e entretenimento com 146 retransmissoras e cinco mini-geradoras em cinco Estados do Norte. Segundo o autor, o telejornalismo regional foi se consolidando e criando empatia com o público ao mostrar os anseios das populações. Já o material produzido para ser exibido nacionalmente sempre foi focado na divulgação de festas populares, festivais folclóricos, turismo de aventura, problemas sociais e denúncias de degradação do meio ambiente, projetando e consolidando a imagem do exotismo ou do atraso social. No segmento da imprensa, o jornal *Diário do Amazonas*, idealizado pelo empresário Cassiano Anunciação, começou a circular em 1986, no período de redemocratização da política brasileira, marcando uma abordagem mais popular na cobertura jornalística.

Castro (2012) reforça que as grandes redes de comunicação na Amazônia pertencem a grupos de forte expressão política, econômica e religiosa. Mas, quando comparados a um contexto mais amplo, os sistemas midiáticos amazônicos encontram-se na periferia dos sistemas de comunicação dominantes no Brasil. Curiosamente, conforme o autor, embora as empresas regionais procurem aproximar o tratamento de seus conteúdos a um padrão mais universal da mídia e da cultura, ainda apresentam uma relação de proximidade com as comunidades e realidades regionais.

Essa aproximação pode ser uma estratégia de manutenção de interesses econômicos e políticos, segundo Castro (2012). O controle da audiência atende perfis mercadológicos e está subordinado a cenários políticos ou interesses privados e, portanto, na verdade não estabelece a emancipação comunicacional frente aos modelos hegemônicos, pois apenas dissimula a globalização cultural e midiática na representação de aspectos regionais.

O cenário contemporâneo do jornalismo no Amazonas, considerando os tradicionais veículos da imprensa em Manaus, passa por uma crise que não é diferente do que ocorre com empresas do mesmo ramo no Brasil e no Mundo, dada a revolução informacional proporcionada pela internet. Conforme Monteiro (2007), o desafio das empresas tem sido agregar valor comercial e apresentar um produto mais inovador ao transpor o impresso para web.

Monteiro (2007) nos informa que o Governo do Estado do Amazonas e a Prefeitura de Manaus influenciam no conteúdo jornalístico veiculado na imprensa local

por serem os maiores anunciantes em publicidade nas empresas deste segmento. Conforme o autor, esta constatação se observa tanto na tendência de alguns veículos apoiarem ações do executivo quanto na reprodução de matérias produzidas pelas assessorias de imprensa dos órgãos públicos vinculados ao Estado e ao município. Os investimentos aplicados em veículos tradicionais de mídia variam entre 60% e 89% do orçamento total destinado ao setor de comunicação. Desse modo, garante a manutenção financeira de empresas e acaba atuando como uma espécie de “mão invisível”, pois, “dita a própria concorrência entre os jornais e, possivelmente, é responsável pela letargia das empresas de mídia tradicional no mercado da informação” (MONTEIRO, 2007, p. 07).

Muniz Sodré (2009) salienta que o sistema midiático tem um papel fundamental na configuração do sistema político-econômico por ser ignição de processos comunicacionais que podem encadear a legitimação de ações governamentais. Por isso, conforme o autor, é necessário fomentar a insurgência de rupturas midiáticas, voltadas a uma comunicação mais transparente e democrática, incluindo a participação dos cidadãos, mostrando seus reais anseios e problemáticas sociais. Mas, tais proposições, geralmente, esbarram nos interesses editoriais dos grandes grupos de comunicação que, mesmo manifestando o discurso ideológico de “portavozes” da população, estão ligados a correntes políticas conservadoras e voltados para a obtenção de lucros e a manutenção de determinados grupos no poder. Contudo, as empresas de comunicação e os veículos tradicionais (jornal, rádio e TV) passam por uma profunda crise. Isto ocorre em função da convergência digital, que vem provocando rupturas sociais e influenciando novas relações culturais.

Nesse sentido, Martín-Barbero (1998) reforça que os processos socioculturais são processos de comunicação, pois os meios de comunicação se converteram em constructos do tecido social. Para o autor, embora exista a imposição dos meios hegemônicos é possível que a comunicação seja um instrumento de cidadania na luta contra as injustiças e as discriminações. A mobilização de movimentos sociais e formas alternativas de comunicação podem articular a luta pelo espaço, pelos direitos civis, acesso aos serviços de saúde e educação, direito à liberdade de manifestações culturais, de estratégias comerciais e econômicas, contra a verticalidade imposta pelas elites que ditam as formas de organização dos ambientes.

Esse panorama é importante para compreendermos como a mídia expõe as transformações socioculturais na região, seja no passado ou na contemporaneidade, em função de suas inter-relações com determinados grupos políticos e econômicos. Ou seja, quase não se percebe uma repercussão midiática articulada na diversidade sociocultural nem na manifestação dos anseios das camadas populares.

AMAZÔNIA MIDIÁTICA: PRODUTO DA CONSTRUÇÃO DE IMAGINÁRIOS

A imagem social da Amazônia está associada aos primeiros relatos sobre a região pelos colonizadores, aos apontamentos de viajantes e naturalistas entre os séculos XVI e XIX, à literatura de ficção, aos registros da historiografia oficial, à produção acadêmica, às artes visuais, ao cinema, às ações dos governos, aos livros didáticos e ao senso comum. Conforme Pinto (2006), a partir da análise de diferentes relatos e perspectivas sobre a Amazônia, é possível perceber que existe um conjunto limitado de ideias (com matrizes no pensamento ocidental moderno que reforça desigualdades entre sociedades) que se propagam e se ressignificam continuamente. O autor sugere uma “geografia do exótico” estimulada por manifestações culturais, linguagens artísticas, pelos meios de comunicação (especialmente os livros, a fotografia, o cinema e a TV), pela ciência, pelo desenvolvimento dos transportes, pelo fomento ao turismo.

Esta perspectiva também é analisada por Gondim (2007), com a ideia de “invenção da Amazônia”. Conforme a autora, a região foi sendo construída socialmente sob a ótica estrangeira e difundida pela literatura, pelas artes, pela ciência na derivação generalizada de opiniões, discursos, estéticas e representações. Tais referenciais são incapazes de abarcar a complexidade da região, suas problemáticas, e as inter-relações entre sociedades, culturas e ambientes naturais. Conforme Gondim (2007), a Amazônia recriada pelos meios de comunicação contemporâneos não é tão diferente daquela inventada pelos europeus que vinham em busca de cenários exóticos e riquezas, pois em ambas as criações (que são construções sociocomunicativas) a ficção e a realidade se embaralham permanentemente.

Portanto, podemos dizer que formas de ser, compreender e estar no mundo foram sendo destituídas no rastro da lógica ocidental do “processo civilizador” (ELIAS, 1994), considerando que os moldes sociais e mecanismos de controle, ditados ao

longo da história dos costumes, pela presumida superioridade de elites hegemônicas, determinam as regras e a contenção das pulsões espontâneas e, assim, modificando hábitos, comportamentos e sentimentos.

Todos estes meios são catalizadores de sistemas de representação sobre a região, imprimindo padrões, numa espécie de colonização do imaginário. Consequentemente, remodelam valores sociais, políticos e de tradição cultural, implicando na produção de novos sentidos. Assim, a imposição simbólica de uma inferioridade atribuída passou a dar uma espécie de autorização dissimulada, que além da dominação promove o extermínio de culturas tradicionais. São representações que, embora ganhem roupagens diferentes, seguem a lógica de um processo colonizador. Nesse sentido, podemos sugerir que muitos discursos jornalísticos sobre a região, geralmente, são caracterizados por narrativas que reconstróem imagens cristalizadas socialmente no processo histórico e no imaginário coletivo.

Costa (2011) analisa Amazônia na mídia e indica que, geralmente, os sujeitos amazônicos são apresentados como inferiores e fracassados diante da importância da floresta para o contexto da biodiversidade no planeta. As imagens, as personagens, as situações expostas pelos veículos de comunicação acentuam a ideia de um lugar remoto, perdido no espaço e parado no tempo. Já as populações são relegadas a segundo plano, retratadas quase sempre em situação de conflitos ou ilustrando problemas sociais e étnicos, pela ótica do discurso oficial do Estado e dos detentores do poder político e econômico.

As narrativas midiáticas reafirmam estereótipos e as relações históricas de colonialismo. O enunciador descreve os fatos da forma que lhe é conveniente, escolhendo cenários, personagens e enfoques, organizando a narrativa como um melodrama carregado de exotismo, marcando conflitos maniqueístas. Assim, configura-se uma Amazônia selvagem, anacrônica, subalterna e atrasada, ao contrapor-la à imagem civilizada e desenvolvida do Brasil do sul e sudeste ou em relação aos chamados países de primeiro mundo (COSTA, 2011).

Na mídia, conforme Costa (2011), as imagens exaltam a grandiosidade da floresta, da maior bacia hidrográfica do planeta e da biodiversidade de sua fauna e flora. O lado bucólico com o reforço do isolamento é evidenciado quando mostram

pequenas comunidades na imensidão exuberante da paisagem, solitárias canoas pelos rios, crianças tomando banho nos igarapés, homens e mulheres trabalhando em atividades extrativistas. Populações amedrontadas por jacarés, onças e exageros sobre determinismos geográficos. A região como fonte de matérias-primas e as intempéries naturais também são frequentes, assim como conflitos envolvendo madeireiros e pecuaristas, desmatamento e poluição.

Desse modo, fortifica-se um discurso oficial, focado na exploração para o desenvolvimento em prol de obras e projetos desenvolvimentistas para a região. Ainda hoje o progresso é dissimulado na devastação de reservas ambientais, na violência e no genocídio de povos tradicionais. Compreendemos que muitos discursos (do colonizador) na contemporaneidade são afirmados pela mídia (a serviço de interesses políticos e econômicos), muitas vezes podendo manipular a opinião pública ou naturalizar apagamentos culturais e extermínios de populações. Logo, o que se propaga é uma reelaboração do discurso colonialista dominante historicamente construído.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante dos apontamentos suscitados ao longo desta exposição baseada em revisão bibliográfica, percebe-se que o panorama rico e complexo de sociedades amazônicas, bem como suas formas de ser e estar no mundo, geralmente, fica na superficialidade quando explorado na mídia. Não se estabelece uma compreensão dialógica, porque as representações midiáticas, inclusive o jornalismo, não contextualizam devidamente as situações noticiadas e, muitas vezes, apelam para as curiosidades exóticas. É como se o jornalismo contemporâneo reproduzisse a mesma atmosfera relatada pelos colonizadores sobre os povos tradicionais e as paisagens Amazônicas.

De certo modo, isto é velado pela ideologia do progresso ou da “globalização perversa”, trazendo a concepção de Santos (2006), ao referir-se sobre a tirania da informação e do dinheiro no atual modelo econômico. Pois, as relações entre a produção de notícias, o mundo da produção das coisas materiais e das normas político-econômicas se imbricam em praticamente todas as atividades da sociedade contemporânea. Assim, indica-se que a tirania da informação e do dinheiro são

apresentadas como pilares ideológicos do progresso, conseqüentemente, acentuando as desigualdades sociais e cognitivas.

Por este viés, compreendemos que a imposição colonial no Brasil proporcionou a cristalização de uma história contada a partir dos interesses europeus e no apagamento de histórias de vida, modos de ver o mundo, da riqueza cultural de índios e negros (que sempre foram dominados e explorados). Como percebemos, essa sistemática de conceber a região como um lugar primitivamente subdesenvolvido e exótico ainda é atualizada por diferentes dispositivos sociais como a mídia, por exemplo. Novamente notamos que “existe, portanto, uma produção do atraso como existe um investimento sistemático e permanente na manutenção e crescimento das desigualdades” (PINTO, 2006, p. 31).

Portanto, a Amazônia vem sendo criada e recriada num sistemático ciclo vicioso e viciado. Perpassando por diferentes configurações, dependendo do contexto histórico e dos interesses dominantes, que ora a caracterizam como um paraíso perdido ora como um inferno verde, como o eldorado de riquezas ou um dos lugares mais atrasados do mundo. Também pode ser a terra das oportunidades, o pulmão do mundo, o cenário de violentos conflitos agrários, o símbolo da luta ecológica e muitos outros símbolos fomentados por clichês culturais e estereótipos sociais. Diante disso, sugere-se a emergência de trazer à tona uma discussão jornalística crítica sobre a realidade amazônica que, ao contrário do que se reproduz pelo senso comum, não está em descompasso com a sociedade contemporânea.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANTONY, Hildebrando. **O Jornal e Diário da Tarde na Manaus porto de lenha**. Manaus: Universidade Nilton Lins, 2004.

BARBOSA, Walmir de Albuquerque. **O regatão e suas relações de comunicação na Amazônia**. São Paulo: USP, 1980.

BITTENCOURT, Agnello. **Dicionário amazonense de biografias: vultos do passado**. Rio de Janeiro: Conquista, 1973.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CASTORIADIS, Cornelius. **A instituição imaginária da sociedade**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1982.

CASTRO, Fábio. **Sistemas de comunicação na Amazônia**. In: Revista Fronteiras- estudos midiáticos. São Leopoldo: Unisinos. Vol. 14, Nº 3, p. 179-191, 2012.

CHOMSKY, Noam. **Mídia, propaganda política e manipulação**. São Paulo: Martins Fontes, 2013.

COLFERAI, Sandro. **Um jeito amazônica de ser mundo - A Amazônia como metáfora do ecossistema comunicacional: uma leitura do conceito a partir da região**. Tese (Doutorado em Sociedade e Cultura na Amazônia). Manaus: UFAM, 2014.

COSTA, Vânia. **À sombra da floresta: os sujeitos amazônicos entre estereótipo, invisibilidade e colonialidade no telejornalismo da Rede Globo**. Tese (Doutorado em Comunicação). Niterói: UFF, 2011.

ELIAS, Norbert. **Sociedade dos Indivíduos**. Rio de Janeiro: Zahar, 1994.

FERRARI, Pollyana. **Comunicação digital na era da participação**. Porto Alegre: Editora Fi, 2016.

GONDIM, Neide. **A invenção da Amazônia**. Manaus: Valer, 2007.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 2002.

IBGE. **Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística**. Disponível em <https://www.ibge.gov.br>> Acesso entre mar. e jun. 2018.

KARAM, Francisco José Castilhos. **Jornalismo, ética e liberdade**. São Paulo: Summus Editorial, 2014.

LEMOS, André. **A comunicação das coisas: teoria ator-rede e cibercultura**. São Paulo: Annablume, 2013.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 1999.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Comunicação e cidade: entre meios e medos**. Revista Novos olhares (ECA/USP), n. 1, p. 5-9, 1998.

MCCOMBS, Maxuel. **A teoria da agenda: a mídia e a opinião pública**. Petrópolis: Vozes, 2004.

MEDINA, Cremilda. **A notícia como mercadoria**. São Paulo: Summus. 1985.

MEDITSCH, Eduardo. **O conhecimento do jornalismo**. Florianópolis: Editora da UFSC, 2002.

MONTEIRO, Gilson. **Por um clique: o desafio das empresas jornalísticas tradicionais no mercado da informação** (Um estudo sobre o posicionamento das empresas jornalísticas e a prática do jornalismo em redes, em Manaus). LabCom - Laboratório de Ciências da Comunicação da Universidade da Beira do Interior. Covilhã/Portugal: UBI/Labcom, 2007.

MORIN, Edgar. **Ciência com consciência**. Rio de Janeiro: Bertrand, 2010.

MORIN, Edgar. **Introdução ao pensamento complexo**. Porto Alegre: Sulina, 2005.

MUNARO, Luís Francisco. **As mídias e a modernidade no início do século XX amazônico**. Aturá - Revista Pan-Amazônica de Comunicação, [S.l.], v. 1, n. 2, p. 97-119, ago. 2017.

NOGUEIRA, Luís Eugênio. **O Rádio no país das Amazonas**. Manaus: Valer, 1999.

PENA, Felipe. **Teoria do Jornalismo**. São Paulo: Contexto, 2012.

PINTO, Renan Freitas. **A viagem das ideias**. Manaus: Valer, 2006.

PIRES, Luís Augusto. **Telejornalismo na Amazônia: o FTP como instrumento de integração regional**. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação). Manaus: UFAM, 2010.

SANTAELLA, Lucia. **Culturas e artes do pós-humano: da cultura das mídias à cibercultura**. São Paulo: Paulus, 2003.

SANTOS, Boaventura de Sousa. **Crítica da razão indolente: contra o desperdício da experiência**. Coleção: Para um novo senso comum: a ciência, o direito e a política na transição paradigmática, v. 1. São Paulo: Cortez, 2000.

SANTOS, Boaventura de Sousa. **Para uma sociologia das ausências e uma sociologia das emergências**. Revista crítica de ciências sociais, n. 63, p. 237-280, 2002.

SANTOS, Boaventura de Sousa. **Renovar a teoria crítica e reinventar a emancipação social**. São Paulo: Boitempo, 2007.

SANTOS, Boaventura de Sousa; MENESES, Maria Paula (org.). **Epistemologias do sul**. São Paulo: Cortez, 2010.

SANTOS, Milton. **Por uma outra globalização: do pensamento único à consciência universal**. Rio de Janeiro: Record, 2006.

SILVA, Marilene Corrêa da. **Metamorfoses da Amazônia**. Manaus: Edua, 1999.

SODRÉ, Muniz. **Antropológica do Espelho**: Uma teoria da comunicação linear e em rede. Petrópolis: Vozes, 2002.

SODRÉ, Muniz. **A narração do fato**. Petrópolis: Vozes, 2009.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo**: Porque as notícias são como são. Florianópolis: Insular, 2005.

VIANNA, Lucila Pinsard. **De invisíveis a protagonistas**: populações tradicionais e unidades de conservação. Annablume Editora, 2008.

WANDERLEY, Luiz Jardim. **Repensando a noção de fronteira no contexto de reestruturação espacial da Amazônia no século XXI**. Terra Livre, v. 1, n. 46, p. 13-48, 2018.

WOLF, Mauro. **Teorias da comunicação**. Lisboa: Editorial Presença, 2003.