

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARÁ  
INSTITUTO DE LETRAS E COMUNICAÇÃO  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO COMUNICAÇÃO, CULTURA E  
AMAZÔNIA  
MESTRADO ACADÊMICO EM CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO

LÍDIA KAROLINA DE SOUSA RODARTE

A AMAZÔNIA CODIFICADA:  
A configuração narrativa da comunicação institucional

BELÉM - PARÁ  
2017

LÍDIA KAROLINA DE SOUSA RODARTE

A AMAZÔNIA CODIFICADA:  
A configuração narrativa da comunicação institucional

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação Comunicação, Cultura e Amazônia da Universidade Federal do Pará, como parte das exigências do Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Cultura e Amazônia, Mestrado em Ciências da Comunicação, para obtenção do título de mestre em Comunicação.

Orientadora: Profa. Dra. Alda Cristina Silva da Costa

BELÉM - PARÁ  
2017

**Dados Internacionais de Catalogação-na-Publicação (CIP) –  
Biblioteca do ILC/ UFPA-Belém-PA**

---

Rodarte, Lídia Karolina de Sousa, 1987-

A Amazônia codificada : a configuração narrativa da comunicação institucional /  
Lídia Karolina de Sousa ; Orientadora, Alda Cristina Silva da Costa. — 2017.

Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal do Pará, Instituto de Letras e  
Comunicação, Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Cultura e  
Amazônia, Mestrado em Ciências da Comunicação, Belém, 2017.

1. Comunicação de massa – Amazônia. 2. Comunicação empresarial. 3. Análise  
do discurso - Periódicos. 4. Sustentabilidade - Imaginário. I. Título.

CDD-22.ed. 302.209811

---

LÍDIA KAROLINA DE SOUSA RODARTE

A AMAZÔNIA CODIFICADA:  
A configuração narrativa da comunicação institucional.

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação Comunicação, Cultura e Amazônia da Universidade Federal do Pará, como parte das exigências do Programa de Pós-Graduação Comunicação, Cultura e Amazônia, Mestrado em Ciências da Comunicação, para obtenção do título de mestre em comunicação.

Orientadora: Profa. Dra. Alda Cristina Silva da Costa

RESULTADO:      ( ) APROVADO      ( ) REPROVADO

Data:

---

Profa. Dra. Alda Cristina Silva da Costa

---

Prof. Dr. Fábio Fonseca de Castro

---

Prof. Dr. Otacílio Amaral Filho

---

Prof. Dr. Paulo Jorge Martins Nunes

BELÉM-PARÁ  
2017

*Para Marta, Carlos, Carlinhos e André, meus companheiros de jornada.*

## AGRADECIMENTOS

Mais que um agradecimento, gostaria que a primeira narrativa desta pesquisa fosse uma dedicatória. Uma daquelas que, ao dedicar-se, agradece. Entendi com Ricoeur algumas coisas, das quais antes tinha apenas impressões. Compreendi que deixo um pouco de mim no mundo, mas que eu mesma trago uma bagagem alheia, que termina por me carregar mais do que eu a carrego.

Por causa dela, começo dedicando um dos capítulos mais importantes da minha vida àqueles que me precederam e que, mesmo sem ter acesso ao que academia denomina educação formal, deixaram aos meus cuidados lições valiosas, algumas delas por escrito.

Começo dedicando ao meu avô, sertanejo pernambucano, do qual sei apenas as histórias, pois o conheci em uma infância remota da qual não lembro. Meu vô Augusto deixou registrado algumas poesias, que, por um golpe do destino, terminaram por parar em minhas mãos. A tal da educação formal, percebi, lhe perturbava o juízo. A ausência desta bendita era, para vovô, motivo de grandes reflexões, de queixas e algum sofrimento, e, provavelmente por isso, era a temática escolhida para boa parte das suas poesias.

Também dedico à minha avó, Zila, professora do interior do Pará, da qual guardo cartas com declarações de carinho, que ela escrevia emocionada, como se não me visse há anos, mesmo que eu morasse na cidade vizinha e a visitasse com regularidade. Trago comigo a lembrança de vê-la sofrer ao ver as netas. "O mundo é dos homens", dizia. Porém, o que marcou a minha própria narrativa foi perceber a extrema felicidade com que ela descobriu, desde cedo, meu interesse por livros e minha dedicação às atividades escolares. Então, ela entendeu que meu mundo seria meu, mesmo eu não sendo homem, fato que vovó ostentava com orgulho, e que me revelou antes que a memória começasse a lhe faltar. Por saber o quanto a educação formal era importante para eles, dedico-lhes este trabalho, fruto das pesquisas, teorias, métodos e aprendizado, os quais tive a oportunidade de conhecer por meio da dita cuja.

A partir daqui eu apenas agradeço. Aos meus dois Carlos, pai e irmão, e a minha mãe, Marta, por terem torcido sempre e por acreditarem mais em mim do que eu mesma.

Ao meu marido, André, pelo mesmo motivo, acrescido do fato de me convencer algumas vezes de que tudo o que eu apenas sonhara era possível. Também pela paciência nas ausências, apoio nos momentos difíceis e pela parceria na vida.

Aos meus amigos queridos, familiares, maninhos, madrastra, tios e tias, primas, sogra, cunhados e sobrinhos pelo apoio e força nesses dois anos, e por terem sido compreensivos com meus sumiços e minhas aparições relâmpago.

Aos meus professores, pelo aprendizado e pela generosidade de compartilhar conhecimento e experiências comigo e com meus colegas.

À minha orientadora, Alda Costa, por ter-me ensinado que ser docente é algo que vai muito além de ensinar. É uma vocação que envolve, antes de tudo, empatia, sentimentos muito humanos e um coração aberto. Ela apostou em mim e acreditou no que eu queria fazer, acreditou até quando eu mesma duvidei, além de me apoiar intelectual e emocionalmente ao longo de todo esse processo doloroso, em que questionamos o tempo todo a nossa própria capacidade e nossos limites.

Agradeço aos meus colegas de turma e do grupo de pesquisa Narramazônia, pela amizade, parceria e pelo apoio mútuo, em especial à Jussia, pela companhia nas madrugadas de estudo, de sofrimento, dúvidas e angústias.

Lendo assim parece que o caminho foi sofrido, e foi. Aprender é um exercício que nos testa, nos faz questionar, nos deixa à beira de abismos, para nos obrigar a encontrar um caminho, nos tira da zona de conforto e, o mais importante, é um caminho sem volta.

Os olhos de pesquisador, que são colocados em nossos rostos quando mergulhamos nesse mundo de teorias e autores, nunca mais verão o mundo como antes. Mas o mundo agora é infinitamente mais interessante, cheio de nuances, de possibilidades, de coisas para descobrir e de possíveis objetos de pesquisa.

Por isso, meu último agradecimento vai a Deus. Pela jornada incrível, por ter-me concedido a oportunidade de entrar nesse novo mundo, pelas pessoas que Ele colocou em meus caminhos e descaminhos, pela oportunidade de resgatar a identidade narrativa da minha família e, de alguma forma, espero, aquietar o coração de meus avós. Por fim, por todo o conhecimento adquirido nesses dois anos, seja ele formal ou informal, que me possibilitou a escrita deste trabalho, obrigada.

*Vambora, que há logo  
mais o outro lado, a feira,  
a cidade, a margem, a  
banda de lá, pequeno.  
Vambora, que a hora é  
essa de descobrir o que  
resta nesse rio que  
divide a tua da minha  
realidade.*

*(Anderson Araújo, Unidos sobre a canoa, In: Revista  
Amazônia Viva, Olhares nativos, n. 47, jul. 2015)*



## RESUMO

Nesta dissertação temos o objetivo de compreender como se configuram as narrativas institucionais de sustentabilidade sobre a Amazônia na revista *Amazônia Viva*, periódico institucional que trabalha a sustentabilidade na relação entre empresa e sociedade. Buscamos também analisar a dimensão comunicativa presente nesta relação, a dimensão simbólica de representação do imaginário amazônico e os códigos estéticos de identificação da Amazônia na narrativa textual e imagética do periódico. Partimos da análise dos mecanismos de construção da narrativa sobre a Amazônia a partir da perspectiva apresentada pela revista *Amazônia Viva*, publicação mensal, produzida e encartada no jornal paraense *O Liberal*, das Organizações Rômulo Maiorana, com patrocínio da mineradora Vale S/A, maior empresa privada brasileira e segunda maior mineradora do mundo. Como procedimentos teóricos-metodológicos, recorreremos à análise narrativa, com inspiração na fenomenologia hermenêutica proposta por Paul Ricoeur, e procedimentos metodológicos baseados nos sete movimentos de análise da narrativa propostos por Motta. Como *corpus* de análise selecionamos 14 capas e matérias de capa, escolhidas pelo seu nível de relação com a empresa patrocinadora e com o desenvolvimento do tema sustentabilidade, de forma a entender a tessitura da narrativa institucional no contexto social em que está inserida.

**Palavras-chave:** Sustentabilidade. Vale. Comunicação Institucional. Imaginário. Revista Amazônia Viva.

## ABSTRACT

This dissertation aims to comprehend how the sustainability narratives about Amazon are configured in *Amazônia Viva* magazine, an institutional journal that works on sustainability in the relationship between company and society. We also seek to understand the communicative dimension present in this relationship, the symbolic dimension of Amazonian imaginary representation and the aesthetic codes of Amazon's identification in the visual and written narrative of the magazine. We start from the analysis of the mechanisms of narrative construction about the Amazon from the perspective of the *Amazônia Viva* magazine, monthly publication, produced and chartered in Pará's newspaper *O Liberal*, owned by the Rômulo Maiorana Organizations, sponsored by the mining company Vale S/A, The second largest mining company in the world. As theoretical-methodological procedures, we used narrative analysis, with inspiration in the hermeneutic phenomenology proposed by Paul Ricoeur, and methodological procedures based on the seven narrative analysis movements proposed by Motta. As the corpus analysis we selected 14 covers and cover stories, chosen by its level of relation with the sponsoring company and the development of sustainability theme, a way of understanding the construction of institutional narrative in the social context which it is inserted.

**Keywords:** Sustainability. Vale. Institutional Communication. Imaginary. *Amazônia Viva Magazine*.

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 - Contracapa da revista Amazônia Viva, n. 43, mar. 2015 .....	90
Figura 2 - Informe publicitário no interior da revista Amazônia Viva, n. 43, mar. 2015.....	90
Figura 3 - Capa da Revista Amazônia Viva, n. 1, set. 2011 .....	93
Figura 4 - Capa da Revista Amazônia Viva, n. 2, out. 2011 .....	97
Figura 5 - Capa da Revista Amazônia Viva, n. 3, nov. 2011 .....	101
Figura 6 - Capa da Revista Amazônia Viva, n. 6, fev. 2012.....	105
Figura 7 - Capa da Revista Amazônia Viva, n. 8, abr. 2012.....	108
Figura 8 - Capa da Revista Amazônia Viva, n. 11, jul. 2012.....	111
Figura 9 - Capa da Revista Amazônia Viva, n. 15, nov. 2012 .....	114
Figura 10 - Capa da Revista Amazônia Viva, n. 19, mar. 2013 .....	117
Figura 11 - Capa da Revista Amazônia Viva, n. 21, maio 2013.....	121
Figura 12 - Capa da Revista Amazônia Viva, n. 22, jun. 2013 .....	123
Figura 13 - Capa da Revista Amazônia Viva, n. 29, jan. 2014 .....	126
Figura 14 - Capa da Revista Amazônia Viva, n. 35, jul. 2014 .....	128
Figura 15 - Capa da Revista Amazônia Viva, n. 41, jan. 2015 .....	130
Figura 16 - Capa da Revista Amazônia Viva, n. 43, mar. 2015 .....	133

## **LISTA DE QUADROS**

Quadro 1 - Estrutura da revista Amazônia Viva, set. 2011 - ago. 2012 .....	86
Quadro 2 - Seções incluídas no segundo ano da revista Amazônia Viva, set. 2012 - ago. 2013 .....	88
Quadro 3 - Seções incluídas no terceiro ano da revista Amazônia Viva, set. 2013 - ago. 2014 .....	88
Quadro 4 - Seções incluídas no quarto ano da revista Amazônia Viva, set. 2014 - ago. 2015 .....	89
Quadro 5 - Edições da Amazônia Viva com sustentabilidade como tema de capa .....	91
Quadro 6 - Edições da Amazônia Viva cujas matérias tinham relação com a empresa patrocinadora .	91

## LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

APA	Área de Preservação Ambiental
CELPA	Centrais Elétricas do Pará
CINDRA	Comissão de Integração Nacional, Desenvolvimento Regional e da Amazônia
CVRD	Companhia Vale do Rio Doce
CAPES	Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior
ECO-92	Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente e o Desenvolvimento
Flona	Floresta Nacional
IPHAN	Instituto do Patrimônio Histórico Cultural Nacional
ITV	Instituto Tecnológico Vale
ONU	Organização das Nações Unidas
ONG	Organização Não Governamental
ORM	Organizações Rômulo Maiorana
PZV	Parque Zoobotânico Vale
PIB	Produto Interno Bruto
PGC	Programa Grande Carajás
SUDAM	Superintendência do Desenvolvimento da Amazônia
UFPA	Universidade Federal do Pará

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO</b> .....	<b>15</b>
<b>2 O PERCURSO DA NARRATIVA NA AMAZÔNIA</b> .....	<b>22</b>
2.1 O mundo imaginário e a configuração narrativa .....	22
2.2 A Amazônia codificada .....	31
2.3 A tessitura da intriga e a configuração da narrativa.....	39
2.4 A configuração das narrativas de sustentabilidade .....	43
<b>3 AS NARRATIVAS E O MUNDO SOCIAL INSTITUÍDO</b> .....	<b>52</b>
3.1 Instituição e institucionalização no mundo social .....	53
3.2 As organizações no mundo social .....	58
3.3 As organizações empresariais e a comunicação social .....	62
3.4 As narrativas de sustentabilidade e a tessitura da intriga Vale/Amazônia .....	65
<b>4 PERCURSOS METODOLÓGICOS: O OBJETO EM CENA</b> .....	<b>74</b>
4.1 Os sete movimentos da análise narrativa .....	75
4.2 Objeto de análise: Revista Amazônia Viva.....	79
4.2.1 A dimensão estética da revista.....	80
4.2.2 Conteúdo da revista .....	86
4.3 Corpus de análise.....	91
4.4 Método de análise .....	92
<b>5 ANÁLISE CRÍTICA DA CONFIGURAÇÃO NARRATIVA</b> .....	<b>93</b>
5.1 O desafio Amazônico de aliar desenvolvimento e preservação .....	93
5.2 10 Boas ideias para transformar a Amazônia.....	97
5.3 O novo arvorecer do milênio.....	100
5.4 Por que é preciso educar para o meio ambiente? .....	104
5.5 Arte e cultura reciclam atitudes .....	107
5.6 O grande valor da Amazônia para o mundo .....	110
5.7 Com um plano de manejo sustentável em mãos, comunidade pretende regularizar o turismo na ilha de Algodual.....	114
5.8 Carajás preservada.....	117
5.9 Inhangapi: rio cheio de vida.....	120
5.10 Consumo colaborativo .....	123
5.11 14 motivos para acreditar em uma Amazônia melhor .....	126

<b>5.12 Tecnologia para monitorar as abelhas.....</b>	<b>127</b>
<b>5.13 A água e a cidade .....</b>	<b>129</b>
<b>5.14 Parque Zoobotânico Vale: 30 anos .....</b>	<b>132</b>
<b>5.15 Estratégias narrativas para falar de sustentabilidade .....</b>	<b>135</b>
<b>6 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>139</b>
<b>REFERÊNCIAS .....</b>	<b>145</b>

## 1 INTRODUÇÃO

Meu primeiro contato com o objeto empírico se deu enquanto trabalhava em uma empresa patrocinadora da revista *Amazônia Viva*, a mineradora Vale S/A. Tendo acesso ao periódico, percebi algumas divergências entre o conteúdo disponível nas matérias, a política da empresa e a minha percepção de seus valores dentro da vivência empresarial experienciada por mim enquanto funcionária. A partir de então, a inquietação em relação ao objeto e à construção de sua narrativa despertou o interesse para uma pesquisa que permitisse o aprofundamento no tema e a busca de respostas quanto à construção dos sentidos dentro das narrativas jornalística e publicitária produzidas com o patrocínio da organização.

O trabalho que essa dissertação visa desenvolver tem por objetivo analisar as narrativas atuais no que se refere à Amazônia, utilizando-se da revista *Amazônia Viva* não como um exemplo ou modelo, mas como objeto sintomático das “novas” narrativas que se reportam à Amazônia, especificamente aquelas tecidas sob a égide do capital que as financiam e dão condições à produção de um material de alta qualidade gráfica, imagética e textual.

A região amazônica esteve, segundo Costa, V. M. T. (2011), por muitos anos apartada do restante do Brasil, atendendo às necessidades produtivas dos demais estados, porém sem ser incluída de fato nas matrizes de desenvolvimento e, nesse contexto, surge a revista *Amazônia Viva*, com uma proposta de inovação, de apresentar uma Amazônia diferente da que é representada na mídia tradicional, conforme resultados presentes nas pesquisas de Costa, V. M. T. (2011) e Dutra (2009).

A narrativa dominante do periódico reside na defesa do verde, utilizada como propaganda institucional, baseada na agenda da conscientização para a questão da sustentabilidade. As narrativas apelam à informação com a publicidade atravessada pelas construções entre textos e imagens, de forma que publicidade e jornalismo se confundem, dificultando a delimitação de fronteiras entre um campo e o outro.

Percebemos na estrutura da narrativa uma tentativa de aproximar o leitor da Amazônia e desconstruir/invisibilizar a imagem negativa, produzida por meio da publicidade dos danos ambientais decorrentes das atividades extratoras da Vale ao longo de sua existência no estado do Pará. Esse esforço comunicativo se constrói no âmbito do simbólico e trabalha na produção de sentidos positivos em relação à empresa, que se afirma no mercado como a segunda maior mineradora do mundo, perdendo apenas para a australiana BHP (CUCOLO, 2006). “Tem 500 mil acionistas espalhados pelos cinco continentes, nos quais atua, em 38 países, com 126 mil funcionários. É responsável por metade das exportações brasileiras com o produto que está no



topo do *ranking*, o minério de ferro” (PINTO. 2012, p. 332). Com tanto poder econômico, é natural que esse poder se extrapole também para campos políticos. Porém, ele necessita da legitimação e conformidade da opinião pública e da sociedade, para que os sentidos comerciais sejam convertidos em valor simbólico com sentidos positivos para aqueles que pertencem aos países e às regiões nas quais ela está inserida.

A narrativa de que trata a comunicação institucional da empresa, assim como a da revista, opta por posicionar seu foco na sustentabilidade e privilegia a reedição de sentidos construídos desde a colonização, como o de “conferir racionalidade” (COSTA, V. M. T., 2011) às riquezas naturais que a região abriga. Esse sentido ligado à racionalização dos recursos naturais posiciona-se como elemento central do próprio conceito de sustentabilidade, que defende o mote da racionalização dos recursos naturais, sem o comprometimento da existência desses para as gerações futuras.

O discurso pautado na ideia de “conferir racionalidade” foi denominado por Costa, V. M. T. (2011) de “discurso fundador” e se aplica principalmente ao indígena, pela forma como esse foi retratado nos relatos do período da colonização pelos sujeitos narradores, personificados naquele momento na figura do colonizador europeu. Esse indígena teve usurpado o protagonismo de sua própria história, ao ser representado como um indivíduo passivo diante de sua existência, incapaz de gerir a própria vida e conferir racionalidade a ela.

Costa (2011) ressalta que esse discurso “se fortifica produzindo novos sentidos legitimados pela história oficial, que povoa hoje o imaginário nacional sobre a Amazônia, vista historicamente como inferior e exótica” (Ibid., p.36). Essa visão do exótico se reflete na dimensão estética trabalhada na revista, que recorre a elementos do imaginário poético estetizante, porém, conforme argumenta Loureiro (informação verbal)<sup>1</sup>, na comunicação ele assume uma posição determinante, mas não dominante, como na arte.

O autor também destaca que a relação do estético na publicidade e no jornalismo se consoma na perspectiva de que o objetivo principal não é o prazer literário do público, mas sim a sedução pela informação que está contida no texto e na imagem. É a partir do gosto pela leitura que se possibilita a “compra” das ideias contidas no texto, visto que nesse tipo de comunicação, assim como na publicidade, e diferentemente do que acontece nas artes, a contemplação não é desinteressada.

---

<sup>1</sup> LOUREIRO, João de Jesus Paes. Entrevista concedida ao programa Doc Bio da Academia Amazônia da Universidade Federal do Pará. Belém: 26 fev. 2016. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=OP9wjBRd2Ds>>. Acesso em: 26 jul. 2016.

O objetivo deste trabalho é: compreender a configuração das narrativas institucionais de sustentabilidade sobre a Amazônia, tecidas pela revista *Amazônia Viva*. Verificamos como o mundo do texto e das imagens se estruturam, na composição da narrativa, para encontrar o “mundo do leitor” (RICOEUR, 1990). Analisamos a dimensão comunicativa presente na relação entre empresa e sociedade, configurada na narrativa institucional; a dimensão simbólica do imaginário amazônico nas narrativas da revista; e identificamos os códigos estéticos de identificação da Amazônia nas imagens e nos textos.

A estruturação teórica e metodológica do trabalho foi empreendida por meio do diálogo teórico entre os autores que trabalham os principais conceitos aqui desenvolvidos, entre os quais encontram-se: narrativa, imaginário, identidade, simbolismo, estética, instituição, comunicação institucional, sustentabilidade, assim como as narrativas sobre a Amazônia.

Apoiamo-nos teoricamente em perspectivas e abordagens do conceito de imaginário principalmente trabalhados nas obras de Flusser (2013, 2014), Durand (1998) e Gondim (2007), com perspectivas teóricas diversas, porém, que oferecem um diálogo frutífero e, por vezes, complementar. Como proposta teórico-metodológica, dialogamos com a fenomenologia hermenêutica desenvolvida por Paul Ricoeur (1994), com base na compreensão do círculo hermenêutico, que se desenvolve pressupondo dois movimentos, o de compreensão e o de interpretação, executados pelo leitor ao longo do processo da leitura, o qual passa pelas três *mimeses* trabalhadas na obra do autor.

Em virtude da dificuldade de aplicação prática da teoria filosófica desenvolvida por Ricoeur (1994) acerca da narrativa, ou ‘intriga’, conforme denominação do autor, optamos por orientar a análise empírica com base nos procedimentos da narratologia pragmática, desenvolvidos por Motta (2013, p. 140) para análise crítica da narrativa. Pelo fato de a metodologia desenvolvida por Motta (2013) ter uma abrangência que se estende a várias escolas teóricas dedicadas ao estudo das narrativas, utilizamos como recorte os “sete movimentos” de análise propostos pelo autor, inspirados nas fenomenologia-hermenêutica de Ricoeur (1994).

Para tratar da presença da estética no objeto empírico abordamos o conceito de estética em Loureiro, na sua relação com a publicidade, o jornalismo e a fotografia; em Lipovetsky (2015), que trabalha a estética construída e moldada pelo “capitalismo artista” como forma de sedução; e em Debord (1997) sobre a estética espetacular e a espetacularização da vida cotidiana.

No campo das narrativas sobre a Amazônia, apoiamo-nos nas pesquisas desenvolvidas por Amaral Filho (2008, 2011), Bueno, M. F. (2002), Costa, V. M. T. (2011), Dutra (2009) e Gondim (2007), e seus estudos sobre as narrativas tecidas pelos primeiros colonizadores

européus a escrever sobre a Amazônia, e aquelas configuradas pelo campo midiático e pelo discurso hegemônico do Estado.

Para construir um panorama acerca dos conflitos entre a Vale e a sociedade, assim como o apanhado histórico sobre a fundação e ascensão da mineradora, buscamos apoio em Barbosa (2010), Becker (2015), assim como dados bibliográficos, livros, jornais e trabalhos escritos pelo jornalista paraense Lúcio Flávio Pinto.

Outros conceitos importantes para o desenvolvimento da pesquisa como: instituição e o mundo social, representações sociais, comunicação institucional e empresarial, tiveram embasamento em pesquisas e teorias desenvolvidas por Berger e Luckmann (2014), Giddens (2005), Moscovici (2003), Bueno, W. C. (2003; 2009), Lapassade (1977) e Etzioni (1974, 1984); e os campos da sustentabilidade foram trabalhados com base em estudos desenvolvidos por Sachs (2009), Silva (2014), Comparato (1996, 2003), além de autores da Comunicação que trabalham o tema da sustentabilidade e responsabilidade social nas organizações, como Kunsch e Oliveira (2009), Lipovetsky (2015), Amaral Filho (2011) e Bueno, W. C. (2003; 2009).

No primeiro capítulo, item 2 da dissertação, buscamos construir um panorama conceitual, baseado nos trabalhos de Flusser e Ricoeur, sobre a necessidade do homem de estruturar o tempo em narrativa. O capítulo aborda a passagem da narrativa oral pré-colonial para a narrativa escrita, da qual o colonizador dominava os códigos, e a representação que ele fazia da realidade amazônica neste tipo de narrativa. Discorreremos, com aporte em Durand e Flusser, acerca das tentativas, sucessivas ao longo da história, da escrita e da razão de superar o imaginário e o mito, assim como das falhas decorrentes desse processo. Versamos sobre os códigos e símbolos que compõem o mundo imaginário (na concepção Flusseriana de mundo imaginário) relacionado à Amazônia e como esses códigos foram revisitados e atualizados ao longo do tempo, chegando até os dias de hoje.

Detemo-nos na tessitura da intriga, proposta por Paul Ricoeur (1995), observando a revista como canal de comunicação entre empresa e sociedade e como atuante no contexto da mimese II da dimensão interpretativa. Abordamos também os tensionamentos entre as narrativas oficiais de caráter progressista e o contexto de surgimento e fortalecimento do conceito de sustentabilidade pelo mundo; as situações de tensão advindas desse conflito; e, por fim, o período de ajuste das narrativas para a composição do discurso da sustentabilidade e da possibilidade de um desenvolvimento sustentável, culminando na emersão dos direitos de terceira geração, da criação dos conceitos de meio-ambiente e ecologia e na aparente mudança na lógica econômica e no teor das narrativas hegemônicas dos Estados e das multinacionais no contexto atual.

No segundo capítulo, item 3, trabalhamos a necessidade humana de criar um ambiente humano, por meio dos processos de representações dos papéis sociais, que, tipificados socialmente, promovem a institucionalização das práticas sociais. Estas viabilizam a configuração de uma ordem social, assentada na manutenção das instituições. Observamos como o processo de institucionalização culmina no surgimento das instituições e como as instituições se estruturaram e evoluíram na sociedade em suas diversas formas de atuação. Com o desenvolvimento tecnológico, o ambiente social ficou cada vez mais permeado pelas instituições; entre elas encontram-se as organizações empresariais, que assumem papel central na sociedade atual e estabelecem práticas culturais no relacionamento com a mídia e com a sociedade.

Buscamos compreender a dimensão da comunicação empresarial, como ela constrói sentidos entre empresa e sociedade (BUENO, W. C., 2003, 2009), na busca por atender às demandas dos novos cidadãos-consumidores (AMARAL FILHO, 2011), que empreendem uma crítica ecológica em um novo sistema de legitimidade, obrigando as empresas a reconfigurarem suas narrativas para responder às exigências ligadas à sustentabilidade, ecologia e responsabilidade social. Na tentativa de compreender as organizações empresariais, analisamos sua dimensão comunicativa e sua adaptação aos processos de evolução da tecnologia e às novas formas de comunicação promovidas por eles, que culminaram no desenvolvimento de uma nova forma de interação entre as pessoas em sociedade e entre a sociedade e as organizações.

No último tópico do capítulo, nos dedicamos ao estudo da natureza da relação da Vale, empresa patrocinadora da revista *Amazônia Viva*, objeto empírico deste trabalho, com a Amazônia, com o poder público do estado do Pará, com a mídia e a sociedade na qual está inserida. Buscamos compreender a empresa desde sua criação e atuação como estatal e as mudanças advindas do processo de privatização, tanto para a empresa, quanto para o ambiente social, natural e político que a cerca. A partir da compreensão dos relacionamentos mantidos pela empresa no mundo social, buscamos compreender melhor o contexto de surgimento da revista e as ações que a envolvem no mundo fora do texto.

No terceiro capítulo, item 4, nos detemos na apresentação de aspectos importantes e estruturais da revista *Amazônia Viva*, assim como no contexto em que ela foi produzida e publicada, trabalhando a perspectiva da valorização do design (FLUSSER, 2013) e da estética na construção dos textos e das imagens. Por fim, nos debruçamos sobre a configuração de sentidos que entra em ação durante o processo de leitura empreendido no método fenomenológico-hermenêutico introduzido por Ricoeur (1986, 1990), ao abordarmos aspectos específicos inerentes à revista, como a estética utilizada, a forma como o editor pensa o

periódico e também as seções que compõem esse material, desde o primeiro até o último ano de patrocínio da Vale (de 2011 a 2015).

Além da descrição da revista, detalhamos a metodologia desenvolvida por Motta (2013) para análise da narrativa, discorrendo sobre cada um dos sete movimentos indicados pelo autor, e como eles se estruturam na prática da atividade de análise do objeto. Observamos que os sete movimentos para análise da narrativa correspondem respectivamente aos movimentos de compreensão da intriga, de compreensão da lógica do paradigma narrativo, do surgimento de novos episódios, da revelação do conflito dramático, dos personagens, das estratégias argumentativas do narrador e do despertar da metanarrativa.

No quarto capítulo, item 5, percorremos efetivamente esses movimentos, ao empreendermos a análise empírica do objeto de estudo, percebendo que, dependendo da narrativa, alguns movimentos de análise recebem mais destaque do que outros, por parte do narrador, e que nem sempre é possível fazê-los de forma linear, pois cada narrativa nos demanda um olhar diferente e nos mostra coisas diferentes. Os movimentos ocorrem simultaneamente, o que exige do analista várias leituras e observação de cada aspecto por vez para chegarmos à chamada “boa leitura” (RICOEUR, 1990), que corresponde ao caminho que fazemos em direção à compreensão de qualquer narrativa. Essa boa leitura pressupõe dois lugares diferentes, dois mundos distintos que se permeiam, o mundo do autor e o mundo do leitor, visto que ambos devem ser levados em conta na interpretação, pois, na fenomenologia da leitura, da mesma forma que o texto constrói o leitor, este também molda a leitura, que se limita ao seu mundo, suas crenças, suas vivências e experiências.

Do universo da pesquisa, composto por 48 edições patrocinadas pela Vale, selecionamos para análise empírica 14 capas e matérias de capa da revista *Amazônia Viva*, presentes na coluna “assunto do mês”. Para delimitar o *corpus*, utilizamos como filtro a temática da sustentabilidade e a comunicação institucional. Selecionamos, portanto, no primeiro filtro as revistas que possuíam a sustentabilidade como tema principal, da capa ou da coluna “Assunto do mês”, assim chegamos a 22 edições selecionadas no período de patrocínio da Vale, de setembro de 2011 a agosto de 2015. No segundo filtro, das 22 edições, selecionamos as revistas que, apresentavam no texto relação direta com a empresa patrocinadora, ou seja, verificamos menções ao nome da empresa ou das empresas controladas por ela, citados diretamente no corpo da matéria.

Dessa forma chegamos ao *corpus* de 14 edições, que abarca, portanto, todas as edições de caráter explicitamente institucional, que trazem a sustentabilidade como tema principal. São elas respectivamente: 1, 2 e 3 (edições de setembro, outubro e novembro de 2011); 6, 8, 11 e

15 (fevereiro, abril, julho e novembro de 2012); 19, 21 e 22 (março, maio e junho de 2013); 29 e 35 (janeiro e julho de 2014); e 41 e 43 (janeiro e março de 2015).

Com base nesse recorte, buscamos compreender como se dá a configuração da narrativa que vincula semanticamente a sustentabilidade à empresa, quais as estratégias e tipos de abordagem utilizadas pelo narrador para se aproximar do mundo do leitor e qual imagem da Amazônia é construída pela revista.

## 2 O PERCURSO DA NARRATIVA NA AMAZÔNIA

Neste capítulo, buscamos construir um panorama conceitual sobre a necessidade humana de narrar, de ordenar as ações no tempo para transformar uma sucessão de fatos em história. Abordamos aqui a imaginação criadora, inerente ao homem, e formadora de um tecido simbólico presente em todas as sociedades. Este imaginário latente, quando filtrado pela racionalidade lógica, converte-se em ações que se articulam no tempo e no espaço, transformando o tempo subjetivo em tempo histórico. Versamos sobre o processo de ascensão do imaginário da Amazônia, seu aporte, inicialmente no mito e na oralidade, e seu reforço arbitrário, encontrado na narrativa pretensamente racional do colonizador, dialogando com os símbolos e códigos que compõem a bacia semântica do imaginário, porém com atenção às atualizações de sentidos produzidos por eles.

Pensamos a narrativa como tarefa contínua de configuração do mundo em que vivemos e por isso nos identificamos com a proposta de Paul Ricoeur (1995), ao trabalhar a tessitura da intriga, cuja explicação se desenvolve ao longo do capítulo. Nossa proposta inclui a apresentação da mídia como mediadora, baseada no conceito ricoeuriano de mimese, no qual a mimese II se concretiza no plano da narrativa. Para isso, é necessário verificar as tensões das ações que ocorrem no mundo social em que vivemos e como esses tensionamentos são tecidos no texto narrado, observando a configuração das narrativas do Estado, de caráter progressista, e das narrativas de sustentabilidade, desde seu surgimento e consolidação no cenário social.

Este capítulo visa a situar a conjuntura existente para a criação de revistas institucionais no modelo do nosso objeto empírico, a revista *Amazônia Viva*, para entendê-la como um objeto sintomático, fruto de discursos maiores e de ações do mundo social em que ela está inserida. Observamos que o objeto empírico é fruto da coexistência e tentativa de conciliação das duas narrativas trabalhadas no capítulo, a progressista, fruto do avanço do modo de produção capitalista, e a da sustentabilidade.

Buscamos, por fim, compreender como essa coexistência se tornou possível, como os discursos foram se ajustando no plano da comunicação midiática e como a lógica econômica se adaptou a essa nova ordem para formar o conceito de sustentabilidade que temos hoje.

### 2.1 O mundo imaginário e a configuração narrativa

O ponto de partida para entendermos como se constrói o mundo imaginário parte da análise em perspectiva da necessidade humana de narrar, de se comunicar e de transmitir

seu legado às gerações seguintes. Com a análise, é possível perceber o mundo imaginário no seu contexto de surgimento em relação aos outros mundos, definidos em Flusser (2014) como mundo da vida, mundo objetivo e mundo imaginário.

Para o autor, o mundo da vida se pauta em três classes de “coisas”, aquelas que se pode comer, aquelas com as quais se pode copular e aquelas que oferecem perigo. Basicamente, este mundo também seria o mundo dos animais e está ligado às nossas necessidades mais básicas: de alimentação, reprodução e proteção, o que está previsto inclusive na teoria hierárquica das necessidades, proposta na Psicologia por Abraham Maslow (1954) na forma de uma pirâmide que contém as motivações humanas. Nesta pirâmide, as três necessidades presentes no mundo da vida estão localizadas nas bases, por se constituírem em nossas necessidades mais básicas de garantia de sobrevivência.

O segundo passo, para dentro do mundo dos objetos, se dá pelo fenômeno da hominização (FLUSSER, 2014, p.37). Este ocorre quando há um estranhamento entre o homem e “a coisa”, que pode ser qualquer coisa com a qual o homem se depara no mundo da vida, mas que não está ligada a nenhuma daquelas três necessidades. Para aqueles que estão apenas no mundo da vida, essas coisas não tomam forma e nem são dignas de registro pela memória, porém quando o homem se entende homem, a partir do fenômeno da hominização, o homem-animal deixa de existir e, em seu lugar, surge um novo tipo de ser, que começa a tomar nota dos objetos que o cercam, guardando-os na memória e dando sentido a eles, transformando-os depois por meio da técnica e trazendo-os para seu mundo, para o seu universo.

Flusser (2014) defende que o mundo dos objetos tem como finalidade aproximar o homem do mundo da vida, porém, ao se ver cercado pelos problemas causados pelo mundo dos objetos, o segundo acaba, paradoxalmente, afastando-o do primeiro, ou seja, os objetos se tornam obstáculos entre os homens e o mundo da vida, no qual o homem termina por fim, caminhando para a morte, sendo ela o obstáculo/problema final, que o homem não pode solucionar (Id., 2013).

O autor atenta para o fato de que a transmissão de cultura por meios materiais e imateriais é uma forma de tentar vencer a morte (FLUSSER, 2014, p.54) e esse esforço contraria diretamente duas leis das ciências da natureza, uma da física (a entropia) e uma da biologia (as leis de Mendel). A primeira se refere a um princípio da termodinâmica que diz que o Universo é composto de elementos que se espalham cada vez mais uniformemente e, por isso, as informações estão destinadas a se perder; a segunda se refere à genética e afirma que apenas informações genéticas podem ser legadas. Portanto, para Flusser (2014),



esse empenho cultural do homem em manter um legado é antibiológico e composto de uma dialética interna contraditória: o homem faz parte da natureza, no entanto, tudo o que diz respeito ao ser humano é “antinatural”, pois contraria as leis da própria natureza. Durand (1998, p.119) acrescenta à informação humana a qualidade de ser “não-entrópica”, pois ela, além de aumentar, se auto alimenta. Enquanto as instituições e toda criação humana estão condicionadas ao desaparecimento, a informação “não contém em si mesma o germe da usura”.

O mundo objetivo, que Flusser (2013) classifica como fenomenal por ele simplesmente aparecer diante dos olhos, pode sumir para dentro da subjetividade humana se o homem der um passo atrás. Portanto, para formar uma imagem desse mundo objetivo, o mundo que não está mais ao alcance de seus olhos, nem de suas mãos, para fixar sua visão naquilo que está diante de seus olhos, tendo-se em conta que na perspectiva flusseriana a visão proporcionada por estes é bastante subjetiva e fugidia, o homem fixa a imagem em um plano, primeiro nas paredes de cavernas, depois no papel, objetivando assim apreender o mundo das imagens. Dessa forma, surge pela primeira vez no mundo os símbolos e códigos (Ibid., p.39), assumindo o papel de coisas que representam outras coisas.

Um código é um sistema de símbolos. Seu objetivo é possibilitar a comunicação entre os homens. Como os símbolos são fenômenos que substituem (‘significam’) outros fenômenos, a comunicação é, portanto, uma substituição: ela substitui a vivência daquilo a que se refere. (FLUSSER, 2013, p.130).

Essa substituição, que consiste de fato em uma representação das coisas que estão no mundo, é algo inerente ao homem, enquanto ser social, porém baseadas na tradição e no conhecimento que é passado de geração para geração. Essas representações são também arbitrárias, pois, quando um homem nasce, seu mundo simbólico já está consolidado e sancionado pela sociedade.

As representações simbólicas são tão naturais ao homem que Moscovici (2003), influenciado pela obra de Durkheim, fundamenta sua pesquisa no simbolismo social e determina que o simbólico não se constitui em um mito, mas na vivência humana de algo, ele trabalha também o conceito de idealizações coletivas, uma forma de simbolismo social, que se baseia nas idealizações consensuais de algo. Para o autor, que substitui o termo “representações coletivas” pelo termo “representações sociais”, após cruzar o pensamento de Durkheim ao de

Hurssel, as representações sociais remetem a um processo espontâneo, construído coletivamente, enquanto coletivo alude à ideia de acordo pré-estabelecido.

Entende-se representações sociais, na perspectiva pela qual foi concebida por Moscovici (2003), como um conjunto de crenças partilhadas por grupos ou sociedades; são algo decisivo nos processos de pensamento e possuem uma dinâmica moral. As representações sociais estão relacionadas com a repetição, assim como o mito e a tradição, e são revestidas de um “tecido de banalidade” que concede ao indivíduo a segurança de estar no mundo. Seu núcleo central é formado por um código moral mais profundo, que tem muitas vezes um caráter de segredo na sociedade, a qual o cobre com camadas de sentidos. Para o autor, não existe representação social inteligente ou crítica, ela faz parte da economia simbólica da vida das pessoas e se opõe à racionalidade moderna, pois, nada escaparia de seus domínios. Tudo o que faz parte do tecido simbólico social, todas as formas de crenças, ideologias, todo o capital simbólico e imaginário, e, inclusive as ciências, constituem-se em formas de representações sociais.

A capacidade humana de dar sentido ao mundo que o rodeia se percebe na própria constituição biológica de seu cérebro e se reflete na forma como seu pensamento se estrutura. Durand (1998) explica que o homem é o único animal que possui um cérebro específico para interpretar imagens. Temos o cérebro esquerdo responsável pelo pensamento verbalizado, o direito, onde se localizam as linguagens não lógicas e o terceiro cérebro, pelo qual passam todas as articulações simbólicas antes de dar uma resposta a algo que os sentidos percebem, por isso todo pensamento humano é filtrado, constituindo-se de fato em uma “re-presentação”. Disto resulta a tese de que essas representações simbólicas inatas do terceiro cérebro é que constroem as bases onde se estrutura um universo imaginário humano. Além disso, o cérebro humano é o que na natureza tem a formação mais lenta, só terminando completamente por volta dos 20 anos, o que dá ao meio social um papel dominante na formação de cada indivíduo.

Durand (1998) e Flusser (2014) Durand (1998) e Flusser (2014) entendem que a imagem pode ser extremamente perigosa, porém divergem por motivos diferentes no que se refere ao perigo destas imagens. Flusser (2014) aborda a perspectiva do iconoclasmo, de que a imagem tende a nos enganar, pois pode provocar um descolamento de sentido, uma desvinculação entre o símbolo e a coisa representada, nos fazendo tomar a representação pelo objeto representado. “Quando uma imagem representa uma paisagem, ela também veda a paisagem. A imagem fica na frente da paisagem” (FLUSSER, 2014, p.39); esse processo denomina-se “dialética interna da imagem”, ela é uma representação, que não deve ser tomada pela coisa de fato, mas quando a representa, também a encobre, e “nos impede de alcançar aquilo de que se fez uma imagem” (Ibid., p. 40).

Durand (1998), por meio de duras críticas ao pensamento iconoclasta ocidental feitas em seu ensaio sobre as ciências e a filosofia da imagem, nos situa na história da imagem no mundo e da desconfiança que ela tem provocado tanto na religião quanto na ciência. Podemos, com isto, vislumbrar as principais resistências oferecidas pelo imaginário ao iconoclasmo, até chegarmos ao paradigma em que vivemos hoje, fruto de uma civilização com um iconoclasmo diferente, entorpecida pelas imagens prontas para o consumo, criadas pela técnica e reproduzidas à exaustão e convertidas em produto espetacular (DEBORD, 1997).

A partir da chegada do século 20, passamos por uma mudança de paradigma que culminou no fim da supremacia da escrita (DURAND, 1998), enquadrando-nos, desde então, na categoria de “civilização da imagem”. A essa era da civilização da imagem, Flusser (2013) denomina pós-história. Nela, vivemos com imagens “modelo”, que significam conceitos que orientam o mundo à nossa volta. Flusser (2013) manifesta seu receio, ao discutir sobre o futuro da escrita, em relação às imagens criadas pela tecnologia, pois

não há paralelos no passado que nos permitam aprender o uso dos códigos tecnológicos, como eles se manifestam, por exemplo, numa explosão de cores. Mas devemos aprendê-lo, senão seremos condenados a prolongar uma existência sem sentido em um mundo que se tornou codificado pela imaginação tecnológica. (FLUSSER, 2013, p.137).

O temor manifestado na obra de Durand (1998), em relação às imagens, é de ordem diferente da lógica flusseriana. Ele não se dá pelo iconoclasmo da alienação do real, mas, sim, da ausência de crítica promovida pelo excesso das imagens. O autor explica que “a enorme produção obsessiva de imagens se encontra delimitada ao campo do distrair” (DURAND, 1998, p.33), porém as difusoras de imagem, como a mídia por exemplo, estão presentes na vida do indivíduo da hora que ele acorda até a hora em que dorme e

encontra-se presente em todos os níveis de representação e da psique do homem ocidental ou ocidentalizado. A imagem mediática está presente desde o berço até o túmulo, ditando as intenções de produtores anônimos ou ocultos. (DURAND, 1998, p.33).

Esta onipresença das imagens culmina na espetacularização da vida cotidiana, invertendo o real (DEBORD, 1997) e transformando-o em um produto: passamos a vida contemplando o espetáculo das imagens, nossa realidade é espetacularizada e o espetáculo se torna o real, a tal ponto que nossa própria forma de comunicação é a linguagem do espetáculo. “O movimento essencial do espetáculo consiste em coagular tudo que estava no

mundo em estado fluido” (DEBORD, 1997, p.27), tornar fácil seu consumo e absorver os sentidos.

Isso explicaria o grande número de significantes que são acessados quando se ouve ou se lê a palavra Amazônia. Vem à tona uma série de imagens que compõem o imaginário, tanto dos próprios amazônidas quanto de pessoas que muitas vezes não chegaram a conhecer a região enquanto espaço físico. A intensa propagação de imagens, ideias e estereótipos, cuja construção narrativa escrita data do período colonial, tem suas bases muitas vezes fincadas em estórias e mitos que remontam à Antiguidade clássica, às expectativas dos colonizadores de encontrarem o paraíso terrestre, materializadas em lendas como a do Eldorado e das Amazonas (BUENO, M. F., 2002; COSTA, V. M. T., 2011; DUTRA, 2009; GONDIM, 2007), na região nomeada por eles mesmos de Amazônia.

A forma flusseriana de se situar no mundo imaginário é entendendo qual sua posição em relação aos homens e aos mundos que os envolvem. O mundo das imagens, das representações ou do imaginário se posiciona entre os homens e o mundo dos objetos, tanto quanto o mundo dos objetos se posiciona entre os homens e o mundo da vida. Para Flusser (2014, p.130) as imagens iludem e se rebelam, são criadas para representar e orientar o homem no mundo objetivo; como mapas, fixam o objeto num plano, porém também encobrem o objeto representado.

Esta desconfiança, no que se refere à verdade da representação, Durand (1998) atribui à herança da Grécia Antiga, com bases constituídas na dialética aristotélica. Pelo fato de a imagem nos permitir múltiplas interpretações, ela escapa à dialética do filósofo grego, que eliminava um terceiro dado de sua lógica maniqueísta que enquadra “aquilo que não é verdadeiro” automaticamente na categoria de “falso”. Este iconoclasmo endêmico, como chama Durand (1998), encontrou expoentes em vários momentos da história e foi a causa de diversas guerras religiosas, nas quais as imagens foram severamente perseguidas, entre elas, o autor relembra a perseguição da escolástica medieval, da Grécia Antiga, do período bizantino e, mais recentemente, no movimento iluminista, no qual o imaginário passou a ser excluído de todos os processos intelectuais.

Este período coincidiu com as grandes navegações e, conseqüentemente, com o avanço da imposição da cultura europeia sobre as Américas (marcadas pela apologia ao pensamento racional e a divisão “imaginário *versus* ciência e razão”). A expulsão do imaginário do domínio do racional constituiu-se em uma forma do “adulto, branco, civilizado” (DURAND, 1998, p.15) e europeu se diferenciar das demais culturas (sobretudo as baseadas no mito e na oralidade), consideradas atrasadas e primitivas.

Porém, apesar de todas as tentativas de exclusão do imaginário do domínio das ciências e da Filosofia, ao longo da história da humanidade, as imagens ofereceram várias resistências (DURAND, 1998). A primeira delas se deu com o idealismo platônico, no qual Platão defendia que o método não pode, sozinho, abarcar todas as verdades.

[...] graças à linguagem imaginária do mito, Platão admite uma via de acesso para as verdades indemonstráveis: a existência da alma, o além, a morte, os mistérios do amor... Ali onde a dialética bloqueada não consegue penetrar, a imagem fala diretamente à alma. (DURAND, 1998, p.16-17).

A segunda resistência do imaginário encontrou aporte seguro na imagem de Cristo, representante da imagem viva de Deus na terra. O culto à imagem de Jesus abriu portas para a veneração da imagem dos santos, introduzindo “as variantes politeístas no monoteísmo estrito e originário do judaísmo” (DURAND, 1998, p.18). Particularmente, dentro do catolicismo, o autor nos chama a atenção para a ordem franciscana que, pela sensibilidade religiosa, estética e artística não enclausurada nos mosteiros conseguia penetrar nos mistérios da fé. Os franciscanos propagavam a religião por meio das imagens, dos presépios, dos teatros e das bíblias ilustradas. Assim, os *fioretti* de São Francisco construíam pouco a pouco uma verdadeira filosofia da imagem, com a utilização desta como um caminho até o criador e como uma forma de representar imgeticamente as virtudes, por vezes abstratas, imputadas à imagem da santidade.

A terceira resistência do imaginário, Durand (1998) atribui à Contra-Reforma, movimento contrário à Reforma Protestante, que rompeu com a estética da imagem e com os cultos aos santos, voltando-se para o texto e para a música, compensando neles a ausência das imagens, que se traduzia na poesia e numa rica e sacra musicalidade. Na tentativa de fazer frente à ausência de imagens, defendida pela reforma, o movimento de Contra-Reforma se expressava pelo excesso, tanto nas artes, na pintura e escultura, quanto na arquitetura das igrejas, consolidando a singularidade estética do estilo barroco.

A ligação entre o imaginário e a religião começa a enfraquecer após guerras no continente europeu e o despontar do racionalismo e positivismo, no período da história que ficou conhecido como “Século das Luzes”. O imaginário, então, se emancipa das religiões, constituindo sua quarta resistência no estilo romântico da “arte pela arte”, na conquista dos sentidos feita pelo simbolismo e na posição do surrealismo, marcadamente opositora ao racionalismo positivista.

Porém, apesar de todas as resistências, o imaginário encontra-se hoje sob uma nova ameaça: a morte pelo excesso. Durand (1998), ao retomar a civilização da imagem, aponta como sua principal causa o iconoclasmo técnico-científico, cujos efeitos perversos, advindos das novas tecnologias que permitiram o *boom* das imagens e dos vídeos, não foram nem previstos e nem considerados. O autor chama a atenção para o fato de não percebermos esses efeitos negativos da explosão das imagens, propiciados pela tecnologia, como percebemos os da radioatividade com a explosão da bomba atômica. Isso ocorre em grande parte pelo fato de a imagem ser, muitas vezes, relegada ao campo da distração, apesar de acompanhar o homem do berço ao túmulo, e não ter o espaço de importância que lhe é devido.

Essa negligência, quanto à importância do imaginário, encontrou solo fértil inclusive no campo científico, cujos métodos não contemplavam a análise da imagem e priorizavam os modelos das ciências naturais. Porém isso mudou com o desenvolvimento da Psicanálise, da descoberta de um inconsciente imagético e do que o autor chama “terceiro cérebro humano” (cérebro noemático), a área do cérebro responsável apenas pela interpretação das imagens. Além disso, a formação lenta do cérebro, que sofre grande influência do meio social passa a ser objeto de estudo da ciência, da Sociologia, Antropologia e Psicologia.

Nesse momento se constituem as bases para a fundação de uma Sociologia do Conhecimento pelo imaginário, que se dividiu em duas correntes: a primeira com foco no estudo do longínquo e do selvagem; e a segunda que se orientava para o estudo do próximo, do comum e do cotidiano.

Essa segunda corrente centrava esforços nas análises dos mitos da própria sociedade na qual estava inserida. Descobrimos, mesmo dentro dos romances e da história “oficial”, elementos míticos difusos encontrados no imaginário social. Ou seja, mesmo os pensadores modernos sérios tiravam sua inspiração de um “consenso mítico difuso” para compor suas obras, “por detrás de toda a história do século 19 e seus maiores expoentes, seguia, como o fio vermelho de um colar, o mito do povo” (DURAND, 1998, p.65). Não apenas no século 19, mas em vários momentos históricos o pensamento pretensamente racional, historiográfico, lógico-dedutivo e o pensamento imaginativo entram em contradição e acabam se reforçando e perpetuando, que “há evidentemente na imaginação algo que penetra o pensamento conceitual” (FLUSSER, 2014, p.137), e configura-se, assim a chamada dialética texto-imagem.

Uma das tentativas de fuga da idolatria das imagens culminou na invenção da escrita (FLUSSER, 2007), o que deu início à contagem da História do Ocidente “branco e civilizado”, como estudamos na educação formal. Porém, conforme sugere Durand (1998), os próprios homens da escrita frequentemente manifestam inspirações imagéticas, aportadas no imaginário.

Aparentemente o homem é incapaz de pensar histórica e politicamente sem pensar também de forma imaginativa, pré-histórica, pré-historiográfica, apolítica. Os textos se carregam cada vez mais de imagens, o pensamento histórico torna-se cada vez mais imaginativo. (FLUSSER, 2014, p. 137).

Por isso Durand (1998, p. 65) se questiona “até que ponto a obra de um grande romancista reforça a história de uma época com um conjunto mítico e imaginário?”, visto que nem mesmo a ciência e a historiografia, que tantas vezes tentaram expulsar as imagens de seu campo de atuação, conseguiam se livrar do mito e do imaginário que constituem as bases da sociedade em que estão inseridos.

Observamos essa interferência da imagem nos escritos de La Condamine, Orellana, entre outros viajantes europeus do período colonial (GONDIM, 2007), que tinham sua narrativa pretensamente racional sobre a Amazônia, frequentemente conduzida por mitos fundados na Antiguidade clássica.

Nesse momento, o homem do Século das Luzes que criticou a cobiça do europeu, a mentira dos índios crédulos, vasculhou a verdade possível entre as fantásticas informações dos viajantes, coletou depoimentos nos mais diversos pontos da região, reconheceu em alguns momentos suas próprias dúvidas, adianta o que considera importante para respaldar as verdades de alguém que estendeu o domínio da Ciência sobre o quimérico [...]. (GONDIM, 2007, p.151).

Percebemos, assim, que o advento da narrativa escrita possibilitou a ordenação dos fatos históricos no tempo cartesiano, contrapondo-se à lógica da oralidade e do mito, porém, não conseguiram garantir a eliminação do mito e do imaginário dentro dos próprios textos, pois surpreendentemente as imagens se defendem e oferecem resistência (DURAND, 1998). As imagens não se deixam eliminar tão facilmente. Na medida em que as imagens são contadas pelos textos, elas se infiltram nos textos. Começam a ilustrar textos. (FLUSSER, 2014, p. 136).

A imagem é captada pelo olho humano de uma visada só, fenômeno que só é permitido pela contextualização de todos os *pixels* contidos nela, num processo denominado “estado de coisas” (FLUSSER, 2014, p. 128). Originalmente criada para servir de guia para o mundo dos objetos, a imagem muitas vezes deixa a desejar na interpretação e precisa de uma explicação do estado de coisas, que só é encontrada no mundo objetivo.

Em vez de reconhecer o mundo na imagem, começo a reconhecer a imagem no mundo. Em vez de me orientar no mundo objetivo com ajuda da imagem, começo a me orientar na imagem com a ajuda do mundo

objetivo. O mundo imagético, o mundo imaginário, torna-se possível, interessado, e o mundo objetivo, que originalmente significava o mundo imagético, torna-se uma imagem-teste. Essa virada tem nome na história. No Judaísmo chamava-se adoração de imagens, paganismo [...]. No mundo grego chama-se idolatria. (Ibid., p. 129).

Flusser (2013) entende que a idolatria das imagens se constitui numa alienação tripla, onde o homem se aliena do mundo da vida por causa do mundo objetivo, se aliena do mundo objetivo por causa do mundo das imagens e agora se aliena do mundo das imagens, pois precisa do mundo objetivo para compreendê-las, visto que as imagens passam a representar para ele uma dissimulação do mundo. A dissimulação última acontece na ordem do espetacular (DEBORD, 1997), quando a imagem aliena o espectador do objeto contemplado, a imagem passa então a dominar a necessidade do espectador, torna-se irrefletida, contém um fim em si mesma.

O espetáculo que inverte o real é efetivamente um produto. Ao mesmo tempo, a realidade vívida é materialmente invadida pela contemplação do espetáculo e retoma em si a ordem espetacular à qual adere de forma positiva. A realidade objetiva está presente dos dois lados. (DEBORD, 1997, p. 15).

O homem torna-se assim mais expectador do que ser vivente, seu mundo fluido passa a ser coagulado e consumido como produto (DEBORD, 1997, p. 27), como imagem “enlatada” (DURAND, 1998, p. 118) na qual os sentidos do espectador passam a ser orientados pelas imagens, assim como suas escolhas.

## **2.2 A Amazônia codificada**

Não apenas as imagens podem nos alienar do mundo objetivo, mas os códigos da linguagem também são capazes de nos levar ao descolamento de sentido (FLUSSER, 2014), pois no texto é preciso fazermos o esforço da interpretação e compreensão, no qual compreender “é fazer o maior desvio, o da grande memória que retém o que se tornou significante para o conjunto dos homens” (RICOEUR. 1990, p.28), ou seja, percebemos que

o desenvolvimento das imagens e seus símbolos não indicam algo diretamente concreto, mas sim imagens. São ‘conceitos’ que significam ‘ideias’ [...] Os textos, com relação às imagens, estão a um passo mais afastado da vivência concreta, e ‘conceber’ é um sintoma mais distante do que ‘imaginar’. (FLUSSER. 2013, p.133).



Dentro do mundo das imagens, além do domínio dos códigos, há também o domínio do simbólico, no plano da representação, que acaba se infiltrando na narrativa dominante. Esse simbolismo pré-estabelecido, que poderíamos interpretar neste contexto como os padrões pré-concebidos e sancionados por uma sociedade (CASTORIADIS, 1995, p.142), faz parte do que Durand (1998) denomina "tópica do imaginário". Para compor uma tópica do imaginário, ou seja, para classificar o imaginário de uma sociedade num determinado período de tempo, o autor se utiliza de elementos da Psicologia e aborda a trama do imaginário social por meio de elementos da psique humana trabalhados por Freud. Como se o imaginário social fosse formado por uma grande mente social e como se a psique coletiva tivesse em seu núcleo uma unidade.

A tópica do imaginário é dividida em três níveis. O nível mais profundo seria uma espécie de id antropológico, no qual estaria o inconsciente coletivo social e também onde se situam espécies de imagens arquetípicas, que seriam papéis sociais ainda indefinidos e amorfos, porém já latentes. O nível intermediário constitui-se do ego social e já se encontra no domínio do consciente, no qual percebemos papéis desempenhados no jogo social. O autor indica que dentro desse nível, encontramos papéis positivamente valorizados e papéis marginalizados dentro da sociedade, estes, por vezes funcionando como "fermentos anárquicos de mudanças sociais" (DURAND, 1998, p.94). Já o terceiro nível, mais consciente e racional, compõe o superego social. Neste nível, reside um imaginário empobrecido, pois já se apresenta racionalizado e atenuado pela lógica. Os três níveis, juntos, culminam na formação do imaginário sociocultural de uma sociedade.

Depois da tópica, o autor lida com a bacia semântica apropriada pelo imaginário, que, comparado a um rio, nos mostra que todo imaginário vem de um lugar, completa seu ciclo e desemboca em outro.

Um sistema sociocultural imaginário destaca-se sempre de um conjunto mais vasto e contém os conjuntos mais restritos. E assim ao infinito. Um imaginário social, mitológico, religioso, ético e artístico sempre tem um pai, mãe e filhos. (DURAND, 1998, p. 104).

Esse processo de ascensão e declínio de um imaginário possui cinco fases, sendo a primeira delas a fase de escoamento. Essa ocorre quando começam a se formar "pequenas correntes descoordenadas, disparatadas, e frequentemente antagonistas aos conjuntos imaginários advindos dos movimentos gerais oficiais institucionalizados" (Idem, p.104). A segunda fase é a das confluências, ela se dá quando uma dessas pequenas correntes se sobrepõe às demais, ganha corpo e se transforma em um rio, sendo reconhecida e investida de

legitimidade pelas instituições e figuras de autoridade. A partir de então começa a terceira fase, que é quando se dá nome a esse rio e algum personagem passa a se tornar símbolo da bacia semântica como um todo. A quarta fase é a da consolidação teórica, chamada pelo autor de “a organização dos rios” (Idem, p.113). Nesta fase o imaginário já está consolidado, seus elementos semânticos já são conhecidos e até exagerados por seus seguidores. Após isso, por fim, este imaginário entra em declínio na fase denominada de “deltas e meandros”, quando, por desgaste, esta corrente, até então dominante, produz novos escoamentos e o processo se inicia outra vez.

Por isto, é cabível dizermos que as escolhas simbólicas não são inevitáveis, nem aleatórias, elas são construídas com bases em caminhos já conhecidos, já que “todo simbolismo se edifica sobre as ruínas dos edifícios simbólicos precedentes, utilizando seus materiais” (CASTORIADIS, 1995, p.147).

Isto se reflete, de certo modo, na construção simbólica em torno do imaginário da Amazônia. Esta, antes mesmo de avistada, já era imaginada, pautada segundo padrões estéticos, sociais, morais e culturais pré-estabelecidos, cuja medida seria os valores vigentes na sociedade europeia da época.

A sociedade constitui seu simbolismo, mas não dentro de uma liberdade total. O simbolismo se crava no natural e se crava no histórico (ao que já estava lá); participa enfim do racional. Tudo isso faz com que surjam encadeamentos de significados, conexões e consequências, que não eram nem visados, nem previstos. (CASTORIADIS, 1995, p. 152).

Assim como Durand (1998) compara a configuração de um imaginário a um rio que vai ganhando corpo dentro de determinado contexto em uma sociedade, com suas bases assentadas em imaginários preexistentes, percebemos um análogo em Castoriadis (1995) quando o autor explica que nas conexões naturais e históricas, o simbólico não obedece a ligações rígidas, ele cresce sobre as ruínas dos que os precederam e pode extrapolar os limites, conduzindo a significados totalmente inesperados, como é o caso da relação do nome “Amazônia” com o mito grego das amazonas.

Segundo Amaral Filho (2008, p. 94), os mitos europeus imputados à Amazônia, de forma estereotipada, “sucederam-se numa busca de entendimento por um elemento que pudesse sintetizar uma totalidade que a todo o momento parece se mostrar de modo diferente”. O autor afirma que o padrão cultural que orientava esse processo de mediação entre os mitos trazidos pelos colonizadores e a realidade local era o padrão estrangeiro.

Essa tentativa ‘de compreender’ a partir de seu próprio imaginário conduziu a relações inesperadas. Aparentemente, pelo menos do ponto de vista histórico, não há qualquer ligação entre o mito das amazonas e a própria floresta amazônica, porém Bueno, M. F. (2002, p. 36) nos esclarece que

muito antes da chegada dos Europeus à América, as narrativas de viagens já mesclavam os imaginários pagão e cristão. O mito das Amazonas, mulheres guerreiras que Orellana afirma ter encontrado em sua viagem ao Amazonas (1541-1542), e registrada no relato de Carvajal, é mais um exemplo da incorporação da mitologia clássica ao imaginário sobre o Novo Mundo, mais especificamente sobre a Amazônia.

De acordo com a autora, esse mito ainda estimulou os viajantes europeus durante muito tempo, até meados do século XVII, conforme indicam muitos cadernos de viajantes, como La Condamine. Porém, o domínio dos mitos não se restringiu a esse período. As narrativas sobre a Amazônia começam a se estruturar com códigos e representações advindas desde a construção narrativa sobre a Índia, tecida pelos europeus com base na historiografia greco-romana. A tradição religiosa acabou por alimentar vários mitos no imaginário europeu da época, que se refletiam nas expedições feitas no continente asiático, africano e posteriormente nas Américas. Um desses mitos era a busca pelo paraíso na Terra, muito alavancada no século XVIII, período em que o continente europeu estava caótico, envolto em crises causadas pelo aumento do contingente populacional das cidades, o aumento de doenças, como a peste, e o desenvolvimento do estatuto da ciência e do paradigma de culto à racionalidade do Século das Luzes, culminando na tentativa de enterrar a religião e o imaginário como fonte de conhecimento. Daí surgem algumas peculiaridades, como relatos de viagens carregados de elementos fantásticos, porém revestidos de ‘cientificidade’.

Sobre essa aparente contradição, Gondim (2007) explica que a aura lendária que envolvia o Novo Mundo “foi e continua sendo um veio rico para especulações históricas, literárias, antropológicas, sociológicas, etc.” (GONDIM, 2007, p.21), por outro lado “o imaginário do homem medieval estava povoado [...] pelas lendas que descreviam o mundo fantástico oriental, retratado nas viagens de Marco Polo” (Ibid., p.24). As histórias de natureza encantada, repleta de animais exóticos, assim como a cura de doenças e a fonte da juventude eram alguns dos mitos que os viajantes da época buscavam. É possível notar que muitas delas se atualizaram, sendo revisitadas até os dias de hoje nos diversos discursos sobre a Amazônia. “Os relatos de viagem sempre exerceram seu fascínio e muitos não envelheceram” (Ibid., p.27), os viajantes que não encontravam as lendas que buscavam, nem por isso negavam sua

existência, boa parte acabava interpretando, atualizando e até reforçando essas referências trazidas de longe, por isso reconhecemos que “nossa cultura é herdeira de várias tradições narrativas” (RICOEUR, 2010, p.120), tanto da hebraico-cristã quanto da mitologia greco-romana, entre outras.

Estes viajantes não admitiam a não existência dessas narrativas, imaginavam apenas que o paraíso na terra, as guerreiras amazonas, o Eldorado perdido poderiam estar em outro lugar ao qual não tiveram acesso ainda, dessa forma passavam esses códigos e esse imaginário adiante “num jogo de negar afirmando” (GONDIM, 2007, p.38).

Os parâmetros nos quais se baseavam para avaliar tudo que encontravam nesse novo mundo era sempre o parâmetro do olhar do observador. A natureza e tudo ao redor não era comparável a nada no espaço físico da terra natal, culminando na narrativa de promessa do “nunca antes visto”, que já era tecida desde essa época e ainda se utiliza na atualidade em chamadas de jornais na busca de audiência, sempre que se menciona a Amazônia. Os olhos que captavam as imagens do novo, por utilizarem seus próprios parâmetros avaliativos, captavam sempre com superioridade e por vezes se decepcionavam ao se deparar com a inacessibilidade daquele ambiente e a incapacidade de sobreviver nele sem a ajuda do nativo. Essa incapacidade acabava muitas vezes se traduzindo em amargura (GONDIM, 2007, p. 52), alternando as visões entre ora paraíso, ora inferno.

A dicotomia paraíso/inferno também se traduzia na imagem do nativo, visto pelo colonizador como desprovido de ambição, com a personalidade marcada pela ausência de ganância e de objetivos na vida. A imagem de ingenuidade, pureza e de dádiva, sintetizada na ideia do “bom selvagem” alternava-se com a imagem de exótico e bestial (GONDIM, 2007, p.60-65), esta segunda advinda do estranhamento do europeu às práticas canibais de algumas tribos, suas formas de vida e organização social.

Percebemos nas narrativas oficiais atuais sobre a Amazônia a reiteração de muitas dessas narrativas. Em Castoriadis (1995) esse fenômeno da reiteração é descrito como uma utilização lúcida e refletida do simbólico, já Flusser (2014, p.137) o denomina dialética texto-imagem, um “pensamento imaginativo progressivo na história e um pensamento conceitual progressivo na imagem”, isto é, a contradição que existe no interior dos pensamentos imaginativos e dos pensamentos pretensamente racionalistas acaba por reforçar um ao outro dialeticamente, facilitando sua propagação.

Durand (1998) acrescenta a esta discussão a imaginação criadora, que é inata e forma um tecido simbólico que está presente na sociedade e no cerne de todas as religiões. Para

compreender o imaginário e os mitos, ele propõe um método de abordagem, pelo qual passam alguns aspectos que compõem as características dos mitos.

A primeira delas reside na identificação do sujeito. O importante no mito não é a identidade do sujeito ou do objeto em si, mas os atributos que o constituem. No mito, percebemos uma narrativa onde há a convivência dos contrários e na qual um elemento existe pelo outro. O herói só existe e só se descobre herói pela existência do vilão. Outro elemento importante é o rompimento com a lógica ambivalente de que se uma coisa é certa, automaticamente ela não é errada. No domínio do imaginário e do onírico essa lógica não existe, “o mito não raciocina, nem descreve: ele tenta convencer pela repetição” (DURAND, 1998, p.86).

Percebemos a força da repetição por meio do fenômeno da reiteração, descrito por Dutra (2009). Este fenômeno é percebido como reforço da propagação de imagens, ideias e estereótipos, no contexto das narrativas midiáticas. É possível notarmos que estas ainda resgatam até hoje elementos dos primeiros relatos sobre a Amazônia,

recuperando elementos constitutivos de textos precedentes, já presentes no imaginário, atualizando-se, cada um em seu momento, e transmitindo, por meio de novas enunciações, noções cristalizadas, porém recontextualizadas, a outros relatos que o sucedem. (DUTRA, 2009, p. 71).

No interior destas narrativas identificamos mitemas, que refletem a presença do mito na narrativa (DURAND, 1998), como no caso das guerreiras Amazonas e do mito do Eldorado. Os objetos, dentro da narrativa mítica, possuem uma relação semântica uns com os outros, portanto, cada objeto, cada personagem e cada ato ritual, dentro da narrativa, contém a narrativa inteira e a projeta como um holograma. A partir desta perspectiva percebemos o reforço que cada mitema promovia na construção de mitos como o do “paraíso terrestre” ou do “inferno verde”.

O imaginário, nesse caso, trabalharia com os símbolos já disponíveis (CASTORIADIS, 1995), que, investidos de novas significações dentro desta narrativa, provocam o deslizamento de sentido que se estabelece pela reconfiguração dos símbolos que constituem o imaginário. Ele se atualiza, se recontextualiza, porém mantém suas bases na imaginação ao extrapolar a objetividade prática da vida, tornando-se assim um instrumento imprescindível para manter a ordem social e para “familiarizar o exótico” (GONDIM, 2007, p. 50). Na busca por assimilar o novo, ocorre uma busca de referências por aquilo que já é conhecido, Gondim (2007, p. 50) afirma que “a prática de comparar as novidades vistas pela primeira vez com algo

pretensamente conhecido, sendo domesticado, fortalecerá e documentará a estabilidade do antigo”.

Segundo Castoriadis (1995), há no imaginário um componente que é irreduzível ao funcional, se chegássemos ao núcleo do imaginário encontraríamos algo que seria como

um investimento inicial do mundo e de si mesmo pela sociedade com um sentido que não é ‘ditado’ pelos fatores reais, porquanto é ele que oferece a esses fatores reais tal importância e tal lugar no universo que constitui para si mesma a sociedade. (Ibid., p.156).

O imaginário, o mito, a representação, apesar de relegados às sociedades consideradas primitivas pelos colonizadores europeus (DURAND, 1998), constituem-se como pilares de todas as sociedades, até mesmo das consideradas mais racionais e evoluídas, segundo os padrões antropológicos da época. Quando Lévi-Strauss publica “O pensamento selvagem” (1976) e provoca uma reviravolta no que, até então, era considerado conceitualmente como selvageria pela Antropologia e Sociologia, permite que se construam as bases para a fundação de uma Sociologia do Conhecimento pelo imaginário. Este deixa de ser considerado como inerente às sociedades pré-lógicas, e a ciência passa, então, a considerar não apenas o imaginário do distante, do dito “selvagem”, mas a admitir que era necessário, naquele momento, compreender o imaginário do comum, do próximo, do cotidiano. Ou seja, a própria ciência da época começa a abrir espaço para a compreensão do imaginário e começa a admitir que ele não está presente apenas nas sociedades distantes e consideradas pelo europeu como pouco evoluídas, a exemplo da Amazônia pré-colonial.

Esse desenvolvimento da compreensão da sociedade pelo imaginário evoluiu ainda mais com o crescimento dos estudos da psique humana, nos quais entende-se a imagem como peça chave que dá acesso à compreensão dos processos de raciocínio humano (DURAND, 1998, p. 36), determinando inclusive a nossa forma de compreender e de lidar com o mundo, de nos deslocarmos no tempo e no espaço.

Temos a capacidade peculiar (que é literalmente própria do ser humano) de nos deslocar para outro lugar sem deixar o aqui e agora. Por exemplo, podemos imaginar que observamos a partir de uma galáxia. Assim chegamos a um tipo completamente diferente de espaço, que podemos formular apenas matematicamente. (FLUSSER, 2014, p.95).

Este espaço podemos chamar de espaço cósmico. Há no trabalho de Flusser (2014), várias percepções diferentes sobre a noção de espaço, que vão desde espaço físico até espaço cósmico (ligado à matemática) e espaço virtual (ligado à neurociência). O espaço

virtual, inicialmente não está ligado à tecnologia, da forma como a conhecemos, mas à neurociência. Ele existe dentro do cérebro humano e funciona por meio das imagens. Percebemos, a respeito deste tema, uma similaridade no entendimento de Flusser e Durand. Enquanto o primeiro afirma que “as imagens são mediações entre o homem e seu mundo” (FLUSSER, 2013, p.142), o segundo entende que “qualquer intermediação da imagem representa uma espécie de intermediário entre um inconsciente não manifesto e uma tomada de consciência ativa” (DURAND, 1998, p. 36).

A partir desses subsídios, entendemos que o próprio espaço do pensamento humano é preenchido pelas imagens e suas representações na cultura, na língua, e em todos os componentes da intersubjetividade, que se refletem no mundo objetivo. Citando Karl Pribram, Flusser (2014, p.97) enfatiza “Como pode o cérebro, que está no mundo, conter o mundo? Que tipo de relação é essa na qual algo está em alguma coisa e contém essa coisa?”. Este excerto ilustra a ideia de espaço do saber, que acontece dentro do espaço virtual e, tanto esse espaço quanto o espaço cósmico não podem mais se conformar na divisão entre público, privado e sagrado. Flusser (2014) adota a perspectiva fenomenológica da percepção do mundo quando quebra a divisão que existe entre o ‘ser’ e o ‘mundo’:

Confio na mesa porque meu sistema nervoso central computou esse estímulo de forma tão extraordinária, que me força a percebê-la, e eu confio no meu sistema nervoso central, embora saiba que o sistema nervoso central é feito da mesma matéria que a mesa, ou, como diz Shakespeare: ‘We are such stuff/ As dream are made on...’ (Tradução: Somos feitos da matéria de que são feitos sonhos, e nossa pequena vida termina em sono). (FLUSSER, 2014, p. 98).

O excerto exemplifica para o autor, ao tratar de redução fenomenológica, o entendimento do objeto como uma abstração, uma forma de extrapolação da nossa intencionalidade não abreviada. Por outro lado, nós também, enquanto sujeitos, somos uma abstração. Ele busca referências em Husserl para demonstrar que “o objeto nada mais é que um ponto de partida de uma intencionalidade” (FLUSSER, 2014, p.107). Portanto ambos, sujeito e objeto, configuram-se em abstrações ideológicas, cuja ligação compõe o mundo em que vivemos.

### 2.3 A tessitura da intriga e a configuração da narrativa

Apesar de estar localizado em um panorama teórico diferente do de Flusser, é possível perceber na obra de Ricoeur (1994, 1995, 1997) muitas similaridades teóricas no que diz respeito ao ato de narrar e à necessidade humana de configurar a intriga dentro da narrativa. Para ambos, nada é mais humano e mais característico da humanidade do que a narrativa, seja ela oral ou escrita, e o tempo humano só se torna possível pela experiência narrativa.

Em Ricoeur (1994), a tessitura da intriga se configura a partir da flexão entre tempo e narrativa. Para construir essa relação entre os dois conceitos, o autor se apoia nas perspectivas teóricas de Santo Agostinho e Aristóteles, de modo que o primeiro se detém na compreensão do tempo, enquanto o segundo se propõe a esmiuçar como ocorre a configuração da intriga.

A preocupação com o tempo deve-se ao fato de a narrativa só ser possível quando tem uma construção temporal, não existindo narrativa sem tempo, desse modo concluímos que “o tempo torna-se tempo humano na medida em que é articulado de um modo narrativo, e a narrativa atinge o seu pleno significado quando se torna uma condição da existência temporal” (RICOEUR, 1994, p. 85).

Na interpretação ricoeuriana (RICOEUR, 1994), Santo Agostinho se ocupa do tempo na tentativa de defini-lo e entender como se dá sua inscrição no passado, presente e futuro. Sua análise observa se o tempo está em tudo, em todos os seres, ou se consistiria, o tempo mesmo, em um “ser” próprio. De Aristóteles, Ricoeur se apropria do conceito de intriga, que na obra pode ser compreendida no seu sentido de imitação da ação, não como cópia, mas como imaginação criadora, observando sua tessitura, como ela se forma e se estrutura socialmente para dar vida à narrativa. Na mediação entre o tempo e a narrativa há a necessidade de se compreender como ocorrem as mimeses (RICOEUR, 1994) e como o modo mimético I faz a mediação entre os outros dois, por meio da tessitura da intriga (Ibid., p.87).

Ricoeur (2010) emprega o conceito de intriga no sentido aristotélico de imitação da ação, mas como produção ativa, de agenciamento dos fatos e composição da intriga. Para o autor, a ação é a alma da narrativa, é a parte mais importante, pois não existe narrativa sem o agir, que se constitui na base da atividade mimética. A ação (na narrativa para Ricoeur e na tragédia para Aristóteles<sup>2</sup>) precede o próprio personagem, pois toda história representa ações, e

---

<sup>2</sup> Ricoeur (2010) parte da poética de Aristóteles, mas não se apropria do modelo aristotélico como uma norma. Em introdução feita pelo próprio autor, ele afirma que irá “eliminar certo número de restrições e interditos ao privilégio atribuído pela *Poética* ao drama (tragédia e comédia) e à epopeia” (Ibid., p.57), ou seja, o autor se apoia em Aristóteles, mas amplia o estudo da narrativa para além dos gêneros abordados na *Poética*.



todos os sentimentos residem e resultam em ações. Por fim, o agir é algo que diz respeito à coletividade, que vai no sentido do outro e que se completa na interação.

Agir é sempre agir ‘com’ outros: a interação pode assumir a forma da cooperação, da competição ou da luta. As contingências da interação encontram-se então com as das circunstâncias, por seu caráter de ajuda ou de adversidade. Enfim, o resultado da ação pode ser uma mudança de sorte em direção à felicidade ou ao infortúnio. (RICOEUR, 1994, p. 89).

Assim, a tessitura da intriga agencia os fragmentos que antes seriam destinados ao esquecimento, colocando-os em uma ordem racional e lógica, em que eles façam sentido, podendo assim ser lembrados, escritos, contados e recontados.

O tempo dentro da narrativa não é o mesmo tempo de fora dela. Na composição, ao narrar, o narrador estrutura o tempo de forma subjetiva. Pode evidenciar alguns acontecimentos, estendendo o tempo de decurso destes e invisibilizar outros, passando por eles de forma mais rápida (COIMBRA, 1993 apud CARVALHO, 2010). Este recurso é bastante utilizado nas narrativas de ficção, porém também nas narrativas históricas, jornalísticas e publicitárias.

Para dominarmos a trama conceitual e obtermos a compreensão prática de uma narrativa devemos ser capazes de responder às questões-chave da narrativa, – como “por quê”, “quem”, “como”, “onde”. Estas devem conduzir ao entendimento da ação por meio da ligação entre os membros, que possuem entre si uma relação de intersignificação. A intriga ocorre no plano da narrativa como uma imitação da ação e o que lhe dá contorno e lhe ordena em sequência (RICOEUR, 2010, p. 70), dando uma ideia de extensão. A ação sem extensão, sem a ideia de começo, meio e fim, e sem contorno é a ação inerente ao mundo pré-narrativo (mimese I), ou que Flusser (2014) denomina de pré-histórico, pois estaria localizado antes da história escrita, sendo assim,

A intriga está enraizada numa pré-compreensão do mundo e da ação [...]. Se é verdade que a intriga é uma imitação da ação, é exigida uma competência preliminar: a capacidade de identificar a ação em geral por seus traços estruturais [...] Se imitar é elaborar uma significação articulada da ação, é exigida uma competência suplementar: a aptidão de identificar o que chamo de mediações simbólicas da ação. A ação possui caracteres temporais, e só por isso é possível narrá-la. (RICOEUR. 1994, p. 88).

As narrativas têm como tema agir e sofrer. Elas não se apropriam apenas da nossa familiaridade com a trama conceitual que existe no mundo da vida, o mundo pré-narrativo. Elas se utilizam de traços discursivos, que as caracterizam como narrativa; se não fosse desta forma,

não se constituiriam em narrativa, mas apenas em uma sequência de frases. Esta estrutura enquadra a narrativa na ordem sintagmática, a qual prevê uma relação de sentido entre fins, agentes, meios e circunstâncias que fazem parte da ação e que atuam em uma ordem; caso essa ordem seja alterada, toda a narrativa se altera ou perde o sentido. Por esta razão é importante a compreensão de cada elemento que compõe a ação.

Para Ricoeur (1994), ela se desenvolve na mimese I, que corresponde ao plano correspondente à cultura, aos elementos simbólicos presentes nos gestos, nos significados culturais das coisas, em tudo o que é apreendido no seio da sociedade. É fundamental, na mimese I, compreendermos o que caracteriza uma ação digna de ser colocada em uma narrativa, ela precisa possuir três características: estruturais, simbólicas e temporais.

No que se refere aos traços estruturais, podemos dizer que a ação possui elementos e particularidades que a caracterizam como tal, esses traços estão presentes na trama conceitual na forma dos elementos práticos que compõem uma intriga, sendo eles os agentes, as motivações, as circunstâncias, a interação e o resultado. Se nos detivermos mais cuidadosamente a essas estruturas, perceberemos que elas coincidem com as questões que fazemos quando queremos tomar conhecimento de um acontecimento narrativo ou do próprio processo comunicativo: Quem? Fez o quê? Por quê? Para quem? Produzindo que resultados?

O segundo elemento que marca uma ação é a dimensão simbólica presente nela. Essa dimensão é tão importante que chega a ser fator definitivo para que a narrativa seja considerada uma narrativa. Uma ação só pode ser narrada porque pode ser simbolicamente mediada, articulada em signos, regras, códigos culturais, normas, inteligível aos seres humanos que partilham uma cultura comum. Essas formas simbólicas consistem em “processos culturais que articulam a experiência inteira” (RICOEUR, 1994, p.92).

Ricoeur (1994) marca a importância decisiva dos códigos culturais e das formas simbólicas para a configuração da narrativa, se aproximando da teoria de Flusser (2014) ao referenciar a similaridade existente entre códigos culturais e códigos genéticos. O primeiro define que esses códigos funcionam colocando ordem na vida social e o segundo define a cultura como dispositivo para armazenar informações, contrariando as Leis de Mendel (FLUSSER, 2014, p. 34), já que afirma que apenas as informações genéticas podem ser legadas.

O terceiro elemento definidor da ação é o próprio aspecto temporal, justamente o objeto de investigação no qual Ricoeur (1994) se detém. A investigação da dimensão temporal, com as bases estabelecidas na filosofia agostiniana, parte da premissa de que passado, presente e futuro são na verdade três formas de presente, sendo, portanto, a representação linear do tempo uma “simples sucessão de agora abstratos” (RICOEUR, 1994, p. 98), dimensão denominada

pelo autor de intratemporalidade. Essa percepção temporal do “tempo agora” é motivo de maior reflexão para as narrativas do campo da Comunicação. O jornalismo, por exemplo, se constrói com bases em uma sucessão de agoras, onde o tempo é fator decisivo e definitivo, assim como define a diferença entre notícia e história.

[...] as narrativas jornalísticas, embora se particularizem frente a outras modalidades de contar o mundo, de tornar conhecidos acontecimentos, são também formas de atualização, ao mesmo tempo que de registro histórico em seu sentido mais elementar, ao narrar as ações humanas cotidianamente, no momento mesmo em que estão ocorrendo, o que hoje é possível pelas tecnologias que facultam o “tempo real”, como a internet e as transmissões radiofônicas e televisuais. (CARVALHO. 2010, p. 5).

A intratemporalidade em Ricoeur (1994) não coincide com a representação ordinária do tempo, que conhecemos como tempo cartesiano, inspirada no tempo da natureza (dia, noite, estações, um ciclo completo da terra). A medida da intratemporalidade está ligada a um elemento mais subjetivo, ao tempo próprio do ser, das coisas que estão sob seu cuidado e atenção, ou o tempo com o qual o ser conta (Ibid., p. 99). Diferente da mimese I, onde se dá o plano da ação, a mimese II assume a função de mediação entre a mimese I e a III; é a dimensão onde a intriga é tecida. Todo o corpo estrutural, simbólico e temporal que nos auxilia na identificação de uma ação digna de ser narrada se organiza de forma a criar uma operação de configuração (RICOEUR. 1994, p. 102) que opera no campo da pré e da pós-compreensão, pois possui causa e efeito, o que confere à mimese II, o plano da mediação e onde se tece a intriga, o caráter de mediadora.

A intriga faz mediação entre os acontecimentos ou incidentes individuais e uma história considerada como um todo [...] ela extrai uma história sensata de uma pluralidade de acontecimentos ou de incidentes [...] ou que transforma os acontecimentos ou incidentes em uma história. [...]. Uma história, por outro lado, deve ser mais que uma enumeração de eventos numa ordem serial, deve organizá-los numa ordem inteligível, de tal sorte que se possa sempre indagar qual é o tema da história. Em resumo, a tessitura da intriga é uma operação que extrai de uma simples sucessão uma configuração. Além disso a tessitura da intriga compõe juntos fatores tão heterogêneos quanto agentes, fins, meios, interações, circunstâncias, resultados inesperados, etc. (RICOEUR. 1994, p. 103).

A intriga pode ser denominada, portanto, de síntese do heterogêneo. Ou seja, ela sintetiza todos os elementos numa mesma história, de forma organizada no tempo e no espaço, e aí também reside a dimensão mediadora da intriga, pois, na sua tessitura, ela faz a mediação entre o quem, o como, o porquê, o quando e o onde da trama. A operação de colocar esses dados organizados

e em uma sequência que faça sentido confere à narrativa um tempo próprio, que não é o mesmo tempo do mundo. Esse descolamento do tempo do mundo ocorre quando a narrativa pega o leitor/espectador pela mão, o absorve, o traz para seu tempo, apresenta-lhe os episódios, que lhe parecem furtivos, mas que tem na construção narrativa uma razão de ser, e, finalmente, encaminha-se para uma conclusão, um ponto final, que o faz ver em perspectiva a história inteira, “fornece o ponto de vista de onde a história pode ser percebida como formando um todo” (RICOEUR, 2010, p.116). Para Ricoeur (1994, 0.105) “compreender a história é compreender como e porque os episódios sucessivos conduziram a essa conclusão, a qual, longe de ser previsível, deve finalmente ser aceitável, como congruente com os episódios reunidos”.

Chegar à noção de conclusão, implica compreender que existe um início e um meio, e que se é possível contar, também é possível recontar e desconstruir. Aprendemos com a narrativa também a “ler o tempo às avessas, como a recapitulação das condições iniciais de um curso de ação nas suas consequências terminais” (RICOEUR, 1994, p.106). Por isso podemos, a partir da construção narrativa, fazer previsões, projeções, imaginar os resultados de determinadas ações e ainda retroceder na ordem temporal e imaginar suas causas. Baseados em histórias e conhecimentos precedentes que coletamos ao longo da vida, no mundo pré-narrativo, caminhamos em direção à inovação, à nossa própria interpretação e à reconfiguração de narrativas preexistentes que vão se transformando no tempo, construindo nossas histórias.

#### **2.4 A configuração das narrativas de sustentabilidade**

O aspecto configurante da narrativa reúne episódios aparentemente aleatórios, pela forma como se dispõem no mundo da vida, e os ordena “numa totalidade significativa” (RICOEUR, 2010, p. 117). Desse modo podemos acompanhar a composição da intriga em seu decurso e, de modo narrativo, voltar ou adiantar o tempo para compreender como um conjunto de atos aparentemente fortuitos se reúnem e se ordenam para formar a história inteira.

No exercício do ato de recontar (RICOEUR, 2010, p.18), acompanhamos o início da configuração de uma nova narrativa na segunda metade do século XX: a narrativa de sustentabilidade, apoiada em uma série de acontecimentos (na época fortuitos, pois não se tinha a possibilidade de vislumbrar a história inteira), que culminaram em uma “onda da conscientização ambiental” (SACHS, 2009, p.47) e na “ecologização do pensamento” (Ibid., p.49). Atualmente, a chamada sustentabilidade está presente na agenda da maioria das grandes organizações globais, tanto políticas quanto empresariais e por isso tornou-se objeto de uma narrativa em escala global, baseada em um movimento recente, que se iniciou a partir de

demandas sociais mundiais (KUNSCH; OLIVEIRA, 2009) no plano da ação, no mundo pré-figurado.

Em vista dos graves problemas causados pelos impactos ambientais das atividades empresariais desordenadas, somado aos entraves das desigualdades sociais que assolam vários países do mundo, o movimento, intensificado a partir dos anos 1970, tem tomado corpo e pressionado instituições, países e órgãos internacionais a atuar e se posicionar diante da necessidade emergente de preservar a biodiversidade para as gerações futuras. Segundo Pádua (2010, p. 82) “a emergência de um ‘ambientalismo complexo e multissetorial’, a partir da década de 1970, dotado de alto perfil na cena pública global, representou um dos fenômenos sociológicos mais significativos da história contemporânea”, esse fenômeno se expandiu ao ponto de o conceito se capilarizar pela sociedade, ser incorporado não apenas pelo meio acadêmico, mas pelas instituições de educação, política e pelo discurso da iniciativa privada, ditando comportamentos e hábitos.

Um exemplo de medida objetiva acionada por esta ação social, no sentido de ação utilizado por Ricoeur (1994), é encontrado na Convenção sobre a Diversidade Biológica de junho de 1992, que regula o direito da humanidade de preservar a biosfera. Ela trabalha a solidariedade entre os povos, entre os países, entre as gerações (COMPARATO, 2003), de modo a preservar todos os recursos naturais de que dispomos atualmente para as gerações futuras. As nações menos desenvolvidas são as que mais sofrem os impactos da degradação ambiental, e, apesar de os países desenvolvidos serem mais poluidores, “a esmagadora maioria dos que morrem, todos os anos, como consequência da poluição do ar e da água, são os pobres dos países subdesenvolvidos do planeta” (Ibid., p. 260).

Porém, na ocasião da Conferência de Estocolmo, ocorrida em 1972 na Suécia, os chamados países em desenvolvimento ainda viam os resultados dos relatórios como demasiado apocalípticos e as propostas de redução da emissão de gases poluentes como uma manobra dos países desenvolvidos para dificultar seu desenvolvimento industrial (SILVA, 2014) e impedir que eles se tornassem competitivos no mercado internacional. Na época, o nível de industrialização de um país ainda era considerado o principal indicador de seu desenvolvimento.

Apesar de já identificarmos precursores do movimento ambientalistas desde o século XIX, nos EUA identificamos o surgimento das correntes preservacionista e conservacionista e, no Brasil, ainda no governo imperial, temos em 1850 o decreto da primeira Lei de Terras (SILVA, 2014). Apenas a partir dos anos 1970, pós-Conferência de Estocolmo, o grau de importância atribuído ao tema ganhou corpo de fato, pois até então as ações relativas à questão

ambiental eram espaçadas e marcadas pela maturação de conceitos, criação de novos vocabulários, publicação de livros e artigos por profissionais da Biologia, da Economia e de diversas áreas, buscando compreender os impactos humanos sobre a natureza e suas implicações para o futuro das próximas gerações, bem como conscientizar os líderes mundiais para a importância do tema.

A partir desse período, a própria economia passa a considerar a dimensão ambiental, surgindo, desta forma, a economia ambiental e economia ecológica (SILVA, 2014), assim como o aumento na produção literária e quantidade de eventos relativos ao meio-ambiente. O evento mais marcante entre esses foi a Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente e o Desenvolvimento (ECO-92), ocorrida no Rio de Janeiro em 1992. Segundo Silva (2014, p.70) a ECO-92 “marcou a inserção da dimensão ambiental nas discussões referentes ao tema desenvolvimento, o que reuniu o maior número de participantes e produziu mais documentos e acordos”, e conseqüentemente modificou a orientação da política internacional no que se referia ao desenvolvimento e responsabilidade ambiental.

Na Amazônia, essa mudança foi sentida mais na modificação de discursos do que em ações efetivas. Vista por muitos anos como um celeiro inesgotável, fornecedor de matéria-prima para as regiões mais desenvolvidas do Brasil, possui, segundo dados da Comissão de Integração Nacional, Desenvolvimento Regional e da Amazônia (CINDRA), um dos piores indicadores sociais do Brasil.

A natureza amazônica, como vimos, foi fator de interesse estrangeiro desde o período da colonização e serviu de base para a sustentação de narrativas midiáticas desde este período até a atualidade. Porém, somente após o fim do governo militar, os movimentos ecológicos passaram a adquirir influência de fato no cenário político nacional (COSTA, L. M., 2005). A partir desse momento, a noção de progresso, dominante no Brasil principalmente durante esses governos, já não poderia mais ser considerada como padrão de comportamento empresarial e político. Por isso, vimos o discurso desenvolvimentista do governo militar ser gradativamente substituído pelo discurso ambientalista.

A Amazônia foi protagonista recorrente nas narrativas desenvolvimentistas configuradas pelo Estado. Silva (2014) chama a atenção para os slogans como “integrar para não entregar” e “terras sem homens para homens sem terras” largamente utilizados neste período como forma de apoio aos grandes proprietários de terra, que eram beneficiados com incentivos fiscais, programas de crédito e a criação de instituições de investimento e suporte, como a Superintendência do Desenvolvimento da Amazônia (SUDAM). Foi também incentivada a vinda de posseiros, madeireiros, garimpeiros e pescadores profissionais, que

desenvolviam atividades por meio de técnicas, em sua maioria, predatórias, despojados de preocupação com possíveis danos ambientais resultantes delas. Para o autor, essa era uma forma encontrada pelo governo de “aliviar a tensão no Nordeste e desmobilizar a luta pela reforma agrária” (SILVA, 2014, p. 81).

Essa narrativa foi se alterando após uma modificação no pensamento global sobre desenvolvimento sustentável, no plano da ação, âmbito da mimese I, localizada no plano da vida em sociedade. Em decorrência dessas mudanças no cenário mundial, as narrativas midiáticas, posicionadas no âmbito da mimese II (na tessitura da intriga) se viam impelidas a acompanhar a nova narrativa e perseguir uma fidelidade aos postulados éticos da mimese I, sob pena de se tornar inverossímil ou de perder a credibilidade para os leitores ou a sua própria razão de ser na vida social. Essa reestruturação da narrativa não se deu apenas no plano midiático, mas, como vimos, se capilarizou pela sociedade, causando alterações nas dinâmicas sociais e nas instituições de poder com influência discursiva sobre a sociedade.

Com o advento da sociedade de consumo, “as empresas se destacam como as instituições mais poderosas do planeta” (HART, 2005, p. 222-223 apud KUNSCH; OLIVEIRA, 2009, p. 63). As demais instituições, compostas pelo Estado, igrejas e pela sociedade em si, ainda refletem grande importância no mundo em que vivemos, porém é inegável que o comércio se converteu na instituição que mais exerce poder e domínio. Porém, mesmo para o capital econômico, a noção de progresso e de lucro a qualquer custo foi sendo alterada por um novo paradigma, denominado por Sachs (2009) de “caminho do meio”, que foi justamente o caminho que possibilitou o surgimento das narrativas de sustentabilidade.

Lipovetsky (2015, p. 128) afirma que construímos hoje, sob a pressão da crítica ecológica, um novo sistema de legitimidade, em que “o capitalismo, que se desenvolveu sob o signo do descompromisso, do culto ao presente, do desperdício, do lúdico, é hoje obrigado, em resposta às novas exigências relativas à preservação da ecosfera, a incorporar o que lhe era alheio [...]”.

O paradigma do “caminho do meio” (SACHS, 2009) teve início com o Encontro de Founex, em 1971, e com a Conferência de Estocolmo, em 1972, alterando a velha lógica desenvolvimentista sustentada mundialmente. Com a bomba atômica de Hiroshima, de 1945, a opinião pública entendeu que o homem já possuía então capacidade técnica de destruição para acabar com a vida no planeta, enquanto que, com a ida do homem à lua, também pôde-se perceber claramente os limites do nosso planeta (SACHS, 2009).

O jornalista paraense Lúcio Flávio Pinto, em seu blog *Cartas da Amazônia*, ilustra esse conflito a partir da narrativa jornalística, quando relata a primeira visita à Amazônia do então presidente do Brasil, José Sarney, e os impactos dessa visita na opinião pública na época.

Em 1985, o recém-empossado presidente José Sarney foi à mina, na época controlada pela estatal Companhia Vale do Rio Doce (em parceria com cinco multinacionais e o grupo Ermírio de Moraes). A TV Globo documentou a visita. Entre as imagens festivas, exibiu cenas chocantes do lago assoreado e da paisagem coberta de pó vermelho. Foi um impacto, de repercussão internacional. Parecia uma estampa de Marte na Terra. Como uma mineradora que reunia tantos sócios importantes no mundo se comportava daquela maneira? Por que, ao invés de transportar lixo mineral de trem para descarregá-lo depois num esplêndido lago natural, não fazia a lavagem e a deposição na própria mina? Por que não colocava filtros nas chaminés da usina de secagem de bauxita para evitar a poluição? Eram tantos e tão graves os questionamentos que a Mineração Rio do Norte precisou fazer novos investimentos e ir atrás de tecnologia para corrigir erros flagrantes. (PINTO, 2012b).

Os eventos que se seguiram na esfera nacional e internacional e que suscitaram ostensivos debates em torno do tema ambiental, possibilitaram a configuração de dois paradigmas: de um lado os que previam abundância de recursos e não vislumbravam a curto prazo uma necessidade de preservação dos recursos naturais; e de outro lado os catastróficos, que previam o desgaste ambiental de nosso planeta, assim como o esgotamento de recursos e aniquilação da humanidade na forma como a conhecemos.

O paradigma predominante, e que visualizamos até hoje, é justamente um caminho intermediário, que visa o progresso econômico, porém aliado ao uso sustentável e racional dos recursos naturais. A exemplo dos discursos oficiais emitidos sobre a ECO-92, segundo o Senado Federal, o evento

marcou a forma como a humanidade encara sua relação com o planeta. Foi naquele momento que a comunidade política internacional admitiu claramente que era preciso conciliar o desenvolvimento socioeconômico com a utilização dos recursos da natureza. (SENADO FEDERAL, 2012).

Diante desse cenário, é possível perceber a mudança no olhar da opinião pública e a configuração de uma nova geração de pensamento, que não mais permite “o isolamento do mundo corporativo em relação às questões socioambientais, bem como tudo o que diz respeito ao interesse público e à sociedade” (KUNSCH; OLIVEIRA, 2009, p.64).

Este novo paradigma que busca aliar produção a uma dimensão ética de respeito ao meio ambiente vem se consolidando nas narrativas contemporâneas. Segundo Lipovetsky (2015, p.



227) “depois da era da criatividade inconsequente [...] se impõe ou se imporá a da criatividade ecorresponsável”, que culmina no desdobramento das narrativas de sustentabilidade para as mídias de massa, como cinema, TV, revistas, *sites*, inclusive se refletindo no marketing e nas mídias institucionais.

Essas publicações e emissões empreendem uma comunicação que tece uma narrativa de defesa ambiental, para acompanhar uma ação que ocorre na sociedade em vista da mudança de pensamento por parte da comunidade internacional. As narrativas midiáticas presentes nessas mídias se configuram com um discurso de mascaramento do problema social e exaltação da atuação empresarial frente às questões ambientais que envolvem a comunidade onde ela está inserida.

Essa preocupação com o imperativo ambiental, que se percebe nas narrativas da revista *Amazônia Viva* é reflexo de um cenário mais amplo, em que “um número cada vez maior de empresas joga a carta do respeito ao meio ambiente, só se fala em economizar energia, preservar os recursos naturais, reduzir o CO<sub>2</sub>, reciclar o lixo, lutar contra o desmatamento” (LIPOVETSKY, 2015, p. 128). Ou seja, as narrativas que trabalham a sustentabilidade têm se consolidado como argumento de venda de ideias e de produtos. Em geral, essas narrativas apresentam conflitos e inconsistências na sua tessitura, pois não imitam, no sentido trabalhado por Ricoeur (1994) a ação que se dá no plano da mimese I, isto é, há incoerência entre a configuração da narrativa e a ação.

No plano da mimese I, ocorre uma série de ações que contradizem a parceria midiática e a narrativa de sustentabilidade configurada no texto da revista *Amazônia Viva*. Como mídia de viés institucional, observamos que a revista, produzida pelo jornal *O Liberal* com o patrocínio da mineradora Vale S/A, deveria vir de um contexto de parceria, promover um reforço nas narrativas de sustentabilidade e conseqüentemente possibilitar uma reflexão crítica da sociedade para questões ambientais. Porém, o que se percebe é que essa parceria nasce de uma relação conflituosa e de choque de interesses comerciais e publicitários entre a Vale S/A e a família Maiorana, proprietária das Organizações Rômulo Maiorana (ORM) e do jornal *O Liberal*.

Uma dessas contradições veio na forma de um ajuizamento de uma ação judicial movida pela Vale S/A, chamada na época de Cia Vale do Rio Doce, contra a Delta Publicidade, agência responsável pelo jornal *O Liberal*. A ação foi movida em junho de 2003 e foi motivada por uma suposta perseguição por parte do jornal, que segundo a empresa, estaria empenhado numa campanha para manchar sua imagem. No entanto, “os reais motivos dessa atitude dos Maiorana foram revelados por Lúcio Flávio Pinto: a Vale se recusou a patrocinar alguns projetos das

ORM, como o Arte Pará 2003 e o Caminhando pelo Pará” (BARBOSA, 2010, p. 234). A Vale S/A alegava, na ocasião, que “nos últimos três meses, sem interrupção, 24 matérias teriam sido publicadas no jornal contra a empresa. Não conseguindo abrigo para seus esclarecimentos e à mercê de um noticiário tendencioso” (PINTO, 2015).

A empresa dizia se sentir perseguida e apelava à justiça na tentativa de interromper a campanha negativa feita pelo jornal, sem fixar uma indenização, porém enfatizando que qualquer soma advinda da ação serviria para reparar os danos que o jornal por ventura pudesse ter causado na sua imagem perante a sociedade.

O grupo Liberal reagiu com manchetes de primeira página e uma ofensiva ainda mais aberta. Classificou a ação da Vale de intimidatória, proposta com o objetivo de impedir o jornal de dar um tratamento crítico ao acompanhamento das atividades da mineradora. Diariamente passou a publicar manifestações de solidariedade às Organizações Romulo Maiorana e notas de repúdio à Vale. (PINTO, 2015).

Pinto (informação verbal)<sup>3</sup> nos revela em Seminário realizado pela Faculdade de Comunicação da Universidade Federal do Pará, que a mineradora anuncia tanto quanto uma empresa do segmento de varejo<sup>4</sup>. Ao levarmos em conta que o conteúdo da propaganda da empresa é majoritariamente institucional e não comercial, esse dado parece soar exagerado, porém, provavelmente, necessário, dadas as atividades extrativistas da empresa no panorama de consumo contemporâneo e a situação de conflito recente com um dos maiores veículos de comunicação do norte do Brasil, o jornal *O Liberal*.

A Vale S/A, enquanto anunciante, demonstra perceber o surgimento de um novo tipo de consumidor, os “cidadãos-consumidores” (AMARAL FILHO, 2011, p. 86), mais exigentes no que se refere a engajamento ambiental. Eles não se contentam mais apenas em consumir, demandam maior participação, à qual a narrativa midiática responde por meio da

[...] produção de imagens midiáticas – publicidade, jornalismo e diversão, tal qual linguagem – direcionadas para o consumo como coisa social que incorpora a necessidade do sistema de capital, para uma prática econômica e sua síntese no desenvolvimento sustentável e na responsabilidade social [...]. (AMARAL FILHO, 2011, p. 86).

---

<sup>3</sup> PINTO, Lúcio Flávio. Informação fornecida durante palestra ministrada no Seminário de 40 anos da Faculdade de Comunicação, Universidade Federal do Pará. Belém: 22 fev. 2016.

<sup>4</sup> O segmento de varejo trabalha a publicidade comercial com o objetivo da venda de produtos. Por isso, normalmente, o volume de anúncios desse segmento é superior ao de propaganda institucional.

Esse panorama de consumo se iniciou justamente a partir do paradigma desenhado na pesquisa, e faz referência à geração de consumidores que procuram trilhar os “caminhos do meio” (SACHS, 2009).

O surgimento das narrativas de sustentabilidade, que emergiram e se propagaram na sociedade capitalista por meio dos cidadãos-consumidores, mostram mais claramente que a razão de ser da narrativa é, de fato, construída coletivamente (RICOEUR, 1990), por meio de nossas memórias, vivências e discursos, culturalmente apreendidos e formulados na interação com o mundo e com o outro. Por isso o processo de leitura da narrativa, seja ela fictícia, histórica ou midiática sempre deve levar em conta a relação de troca entre o texto e o leitor.

Abordamos nesta pesquisa as narrativas produzidas pelas empresas, porém mediadas pela mídia. Rosa, M. (2004, p.497) afirma que “a mídia imprime caráter teatral ao cotidiano”, e a teatralidade é um aspecto da narrativa. A forma de a mídia tecer a realidade dentro do texto jornalístico ou publicitário é marcada por elementos típicos da dramaticidade. Percebemos que “os estereótipos dos personagens da notícia – vilões, mocinhos, fortes e fracos, justos, injustos e justiceiros – são também personagens de nossa ‘novela’ do dia-a-dia, mudando de *script* e de fala a cada edição dos telejornais, jornais e revistas” (ROSA, M., 2004, p. 497). Observamos, por meio da mídia, a exposição de empresários como se fossem celebridades, e não apenas nos espaços destinados às colunas sociais; a esses atores alguns dos papéis citados acima são imputados frequentemente.

Quem erra ou comete infrações graves candidata-se a desempenhar o papel de ‘vilão’ em nossa crônica midiática. Da mesma forma que quem tem um acervo público de realizações e ações positivas provavelmente irá influenciar positivamente a qualificação de seu ‘personagem’. (ROSA, M., 2004, p. 497).

Observamos a tessitura da trama construída pela imprensa, identificando quais as suas características, baseados na proposta do círculo hermenêutico de Ricoeur (1990), desenvolvido em sua obra e pressupondo dois movimentos, o de compreensão e o de interpretação, que acompanham o leitor ao longo de todo o percurso da leitura, e no qual os publicitários e jornalistas devem pensar ao produzir uma narrativa. Afinal, para que o movimento do círculo seja completo é preciso que haja o encontro do mundo do autor e do mundo do leitor. É preciso que o leitor tenha meios de compreender o mundo do autor, do contrário todo o trabalho não obtém os resultados pretendidos e os sentidos não são produzidos.

A partir da análise da narrativa empresarial, evidenciamos o contexto em que veículo de comunicação e empresa estão inseridos, assim como suas relações e todos os demais elementos

que se dão no plano da mimese I, o plano da ação, do mundo da vida. No próximo capítulo trabalhamos a necessidade do homem de se organizar em instituições como forma de ordenar a sociedade, assim como as práticas culturais estabelecidas pela instituição empresa no relacionamento com a mídia e com a sociedade atual.

### 3 AS NARRATIVAS E O MUNDO SOCIAL INSTITUÍDO

Neste capítulo construímos um panorama conceitual sobre a necessidade humana de instituir e institucionalizar. O homem, diferente dos outros animais, não possui um ambiente propriamente humano (BERGER; LUCKMANN, 2014) ou uma ambiência restrita, ao contrário, se adapta a quase todos os ambientes e os transforma/molda de acordo com as suas necessidades. Dessa forma, está mais aberto para o mundo do que os demais animais e possui uma organização instintiva, que é inerente à sua natureza.

A partir dessa perspectiva, buscamos entender as relações humanas e o mundo social, que segundo a teoria das representações sociais, se forjam por “uma forma de conhecimento socialmente elaborada e compartilhada, que tem um objetivo prático e concorre para a construção de uma realidade comum a um conjunto social” (JODELET, 2001, p. 22).

Analizamos o ambiente social do ponto de vista da representação dos papéis sociais, que, quando tipificados e sancionados socialmente, viabilizam a possibilidade da institucionalização das ações da vida cotidiana e, como consequência, da organização humana em instituições. Desenvolvemos um diálogo teórico com os autores que conceituam instituições, organizações e grupos sociais, na busca por compreender as especificidades de cada um e como cada uma dessas formações sociais interfere na nossa dinâmica enquanto sociedade e no nosso modo de viver.

Ao compreender as organizações, expandimos nossa pesquisa para as empresas na sociedade atual e para a interferência e controle destas em nosso dia a dia, tanto individual quanto coletivamente. Analizamos a dimensão comunicativa das organizações empresariais, verificando a evolução destas em decorrência dos avanços tecnológicos que propiciaram novas formas de comunicação e interação das pessoas entre si e das pessoas com as empresas.

Por fim, orientamos nosso diálogo teórico para pesquisadores da comunicação empresarial e identificamos as novas narrativas tecidas por ela, baseadas nas demandas sociais atuais, pautadas em valores ligados à sustentabilidade, à ecologia e à responsabilidade social, centrando nosso olhar na empresa que possui relação direta com a revista *Amazônia Viva*, a Vale. Buscamos compreender o contexto de surgimento desta empresa, a construção da sua relação com o ambiente que a cerca, com o Estado, a mídia e a sociedade, para também compreender o contexto de surgimento da revista e as narrativas que a envolvem no mundo da vida e no mundo do leitor.

### 3.1 Instituição e institucionalização no mundo social

Se pensarmos, por exemplo, que a mesma mão com a qual o homem pode dar um soco em alguém, pode ser usada para afagar, levar comida à boca, manipular objetos, gesticular enquanto fala e apontar para coisas que estão distantes, perceberemos, portanto, que não possuímos, como muitos animais na natureza, coisas específicas apenas para uma função, mas podemos, dependendo da convenção e da necessidade, destinar funções distintas para os “equipamentos” de que dispomos e inclusive criar equipamentos que imitem nossos próprios dispositivos para realizar essas funções. Flusser (2013, p. 46) ao abordar a relação homem-tecnologia, explica que “as máquinas são simulações dos órgãos do corpo humano”, e utiliza o exemplo da alavanca como um braço prolongado, desprovido de inteligência, mas com maior capacidade de força e alcance, criada pelo homem para executar tarefas que lhe são fisicamente impossíveis ou difíceis.

Outra diferença que nos distingue dos demais seres da natureza é que o período fetal humano se estende após o nascimento por até um ano: “o homem é o único ser com a maturação tão lenta que permite ao meio, especialmente ao meio social, desempenhar um grande papel no aprendizado cerebral” (CHAUCHARD, 1952 apud DURAND, 1998, p. 45), ou seja, o ambiente social tem um papel determinante na formação humana.

Durand (1998) aponta que a formação do cérebro humano é mais lenta e nossas ligações simbólicas só começam a se manifestar após cerca de um ano e meio de vida, já as articulações simbólicas com cerca de quatro ou cinco anos, pois “a formação anatômica do cérebro humano se encerra por volta dos sete anos, e as reações encefalográficas se normalizam aos vinte anos” (DURAND, 1998, p. 45). Portanto, percebemos que a humanização se constrói na relação com o ambiente, com a ordem cultural e social que já existe quando ele nasce, que interfere no seu desenvolvimento de forma determinante, e que ele deixará de legado para seus descendentes.

Não apenas a sobrevivência da criança humana depende de certos dispositivos sociais, mas a direção de seu desenvolvimento orgânico é socialmente determinada. Desde o momento do nascimento, o desenvolvimento orgânico do homem, e na verdade uma grande parte do seu ser biológico enquanto tal, está submetido a uma contínua interferência socialmente determinada. (BERGER; LUCKMANN, 2014, p. 69).

Pelo fato de o próprio organismo humano ser em boa parte determinado socialmente, os autores afirmam que as naturezas humanas podem ser tão diversas e numerosas quanto as culturas humanas. Por dar respostas plásticas ao ambiente, o homem acaba por produzir a si

mesmo. Ou seja, Berger e Luckmann (2014, p. 72), entendem o homem como um produto social que se autoproduz, visão que se assemelha à autoprodução humana em Ricoeur (1986), na qual o autor defende que a compreensão de si mesmo passa por uma reflexão hermenêutica dos próprios signos culturais que nos rodeiam; portanto, o homem não é capaz de se compreender fora dos sentidos socialmente construídos.

Ricoeur (2000) direciona a compreensão humana no sentido da vivência e experiência coletiva, questionando inclusive se a nossa memória pessoal não seria ela mesma um produto social, visto que estruturamos nossas memórias mais particulares por meio de elementos culturais coletivos, como a língua, a cultura, os núcleos familiares e as instituições que nos rodeiam. Por ser um empreendimento social, o homem não se desenvolve no isolamento e nem o ambiente humano se produz dessa forma, por isso os fenômenos humanos são todos inerentes ao reino social. “O organismo humano não possui os meios biológicos necessários para dar estabilidade à conduta humana” (BERGER; LUCKMANN, 2014, p.73). A existência humana em si, se pensada apenas organicamente, é caótica. Ela apresenta “aparelhos” multifuncionais, racionalidade, uma gama muito ampla de escolhas e possibilidades. Então, como pode o homem, empiricamente, ter estabilidade?

Com esse questionamento, remontamos ao surgimento da ordem social, como um produto criado pelo homem para poder se organizar no mundo da vida. Ela surge da progressiva ação do homem sobre a natureza e sobre si mesmo ao longo do tempo, e, de certa forma, promove também um fechamento para o mundo, uma dimensão que limita as possibilidades do homem no mundo, mas que também lhe permite viver com equilíbrio e estabilidade.

Segundo Berger e Luckmann (2014, p. 74) “a ordem social não faz parte da ‘natureza das coisas’ e não pode ser derivada das ‘leis da natureza’. A ordem social existe *unicamente* como produto da atividade humana”. Porém, quando nascemos, num mundo já instituído e ordenado, parece que a forma como ele se organiza é da ordem do natural e que não poderia ser de outra maneira, quando na verdade a ordem social está assentada em uma série de convenções socialmente determinadas, entre elas a linguagem.

Por meio da linguagem o homem transforma o mundo do caos à ordem, de modo que seu cérebro é capaz de diferenciar um dado bruto de um excerto ordenado. Ela permite nos comunicarmos, organizarmos nosso próprio intelecto e percebermos a existência de outros intelectos. Segundo Flusser (2007, p. 58) “as palavras feitas, chegando já organizadas, são prova, a única prova aceitável intelectualmente, da existência de outros intelectos”, e o diálogo entre esses intelectos permite ao homem se realizar como membro de uma sociedade.

O modo humano de se estabilizar e evitar seu próprio caos orgânico remonta às origens da linguagem e, posteriormente, da institucionalização, que se caracteriza pela repetição de ações que terminam por se tornar um padrão. Essas ações, ao se converterem em um hábito, adquirem um caráter significativo para o homem e convertem-se num ganho psicológico, pois acarreta uma economia de escolhas (BERGER; LUCKMANN, 2014, p. 75). Ao acordar toda manhã, o homem já sabe que destino deve dar para o seu dia, quais são os seus afazeres, de acordo com sua forma de vida em sociedade, e como realizar cada um deles. Os autores afirmam que as ações habituais tornam desnecessária a redefinição de cada etapa do processo, pois possibilitam previsões e planejamento, evitam o sofrimento da incerteza e de ter que escolher todo dia o que fazer ou como fazer todas as atividades existentes no mundo da vida.

Para que as ações sejam institucionalizadas, é necessário que ocorra uma tipificação dessas ações e que essas também sejam executadas por determinados tipos de atores, ambos devem ter um caráter típico (BERGER; LUCKMANN, 2014, p. 77), e essa tipificação deve ser conhecida e compartilhada por todos os membros de uma sociedade. Esse processo de institucionalização está intrinsicamente vinculado ao processo narrativo humano, pois, as instituições são produto de uma história, de uma repetição, consolidação, reafirmação e controle constante. Só assim é possível que o indivíduo se liberte da tensão constante do 'não saber' e que as coisas se tornem mais previsíveis. Desse modo, a partir da institucionalização, as ações passam a ter uma historicidade e o processo todo toma uma dimensão própria que não pertence mais apenas ao indivíduo, mas a toda a sociedade da qual este faz parte, atravessando gerações e expandindo sua existência para além da vida de quem o fundou.

É importante observar que no momento em que a instituição, institucionalizada na sociedade, adquire historicidade seu significado passa a não ser tão óbvio para aqueles que não assistiram e não participaram de sua criação, assim como tudo o que está ligado ao simbólico. Castoriadis (1982) lembra-nos que tudo aquilo que faz parte do mundo social-histórico está ligado ao simbólico e revestido dele, sendo, boa parte de nossos atos sociais, impossíveis ou sem sentido fora do tecido simbólico. Entre eles se encontra primeiramente a linguagem, mas também a instituição.

As instituições não se reduzem ao simbólico, mas elas só podem existir no simbólico, são impossíveis fora de um simbólico em segundo grau e constituem cada qual sua rede simbólica. Uma organização dada da economia, um sistema de direito, um poder instituído, uma religião, existem socialmente como sistemas simbólicos sancionados. (CASTORIADIS, 1982, p.142).



Essa sanção social atravessa gerações e não se reduz a uma compreensão ou interpretação meramente funcional, por isso, “para os filhos, o mundo transmitido pelos pais não é completamente transparente. Como não participaram da formação dele, aparece-lhes como uma realidade que é dada” (BERGER; LUCKMANN, 2014, p. 82). Assim, configura-se o mundo social, como uma realidade dada, que já existe antes de nascermos e continuará existindo quando deixarmos de existir, e que não se apresenta para nós como diferente do mundo natural. “Só desta maneira, *como*, mundo objetivo, as formações sociais podem ser transmitidas a uma nova geração” (Ibid., p.83).

O homem, ainda na infância, não é capaz de perceber o caráter convencional presente nas designações do mundo social, na sua linguagem, em grande parte das suas ações e hábitos. Muitas dessas convenções, ao se tornarem habituais e serem compreendidas como uma realidade dada, descolam-se do seu sentido e de sua funcionalidade original, revestem-se de simbolismo e historicidade a ponto de não entendermos sua funcionalidade no tempo presente. Esse processo é cíclico e dialético, pois ao mesmo tempo que esse mundo social é criado pelo homem, esse homem, ao nascer num mundo já socialmente constituído, o internaliza e se ajusta a ele, com suas regras e convenções, passando a viver de acordo com elas, ou seja, ele se torna produto e criação desse mesmo mundo criado pelos que o antecederam. Nesse sentido, o homem configura-se ao mesmo tempo como criador e criatura, e, por meio da ação, no sentido empregado por Aristóteles (2008), como uma das três unidades essenciais para composição narrativa trágica (além dela, o autor se refere a tempo e lugar), e que Ricoeur (2010) estende para qualquer narrativa humana: o homem imagina e cria seu próprio mundo, sua história, suas rupturas, sua continuidade e sua movimentação dentro dele.

O encontro do mundo instituído com a narrativa se dá na forma de legitimação do primeiro. A legitimação não se constrói pela memória biográfica, que é inacessível, mas pela repetição narrativa, que se deixa conhecer pelo ‘ouvir falar’, pelo recontar das histórias apoiadas na tradição narrativa e na linguagem.

A linguagem assegura a superposição fundamental da lógica sobre o mundo social objetivado. O edifício das legitimações é construído sobre a linguagem e usa-a como seu principal instrumento. Assim, a ‘lógica’ atribuída à ordem institucional faz parte do acervo socialmente disponível do conhecimento, tomado como natural e certo. (BERGER; LUCKMANN, 2014, p.89).

Esse acervo disponível de conhecimento social, tem relação com o conceito de representações sociais. Para Jodelet (2001, p. 11), as representações sociais permitem uma visão global do que é o homem em seu mundo de objetos, isto é, são os processos e os produtos, “por

meio dos quais os indivíduos e os grupos constroem e interpretam o seu mundo e sua vida, permitindo a integração das dimensões sociais e culturais”. As representações sociais para a autora, estabelecem nossa relação com o mundo e com os outros e organizam as comunicações e as condutas sociais.

Moscovici (2003) aponta que o conhecimento do qual se constituem as representações sociais é de um nível que precede o conhecimento teórico. É, portanto, um tipo de conhecimento que ao mesmo tempo em que está à disposição de todos que fazem parte da sociedade, é também a soma do que todos sabem; portanto, constitui-se de um conjunto de saberes construídos pela coletividade e que passa de geração em geração.

Esse conhecimento se forma a partir da sedimentação do conhecimento adquirido pela experiência social de várias pessoas, primeiro individualmente e, então, quando a experiência se repete coletivamente. Essa sedimentação ocorre de maneira intersubjetiva e então ela “torna-se parte do acervo comum de conhecimento” (BERGER; LUCKMANN, 2014, p. 94), podendo inclusive incentivar a criação de laços entre estas pessoas.

Costa, A. A. O. (2010), ao trabalhar a narrativa do cotidiano e em sua comunidade, evidencia a oscilação entre a ficção e a história na construção narrativa:

A narrativa de uma pessoa ou de uma comunidade ocupa o lugar entre história e ficção. As vidas humanas são compreendidas ou interpretadas quando decodificadas a partir das histórias que a gente conta, traduzidas nos modelos narrativos onde se manifesta a trama do sujeito em seu cotidiano. (COSTA, A. A. O., 2010, p. 152).

Berger e Luckmann (2014) relacionam a experiência intersubjetivamente significada com a transmissão pela tradição, legitimada e levada a cabo por um aparelho social. No processo de institucionalização, a tradição pode modificar ou inventar novas origens para as instituições, nem sempre permanecendo fiel à experiência. “A transmissão do significado institucional baseia-se no reconhecimento social como solução ‘permanente’ para problemas ‘permanentes’” (BERGER; LUCKMANN, 2014, p. 95), e, por isso, precisa ser reafirmada e legitimada por um processo educacional sistemático dentro de uma sociedade, que valora e repassa esses conhecimentos adiante, por tipos especificamente designados como educadores para tipos especificamente designados como receptores.

Os autores evidenciam o caráter convencional do que é “definido como conhecimento” e “não conhecimento”, visto que os critérios de julgamento são sociais e não naturais. Esses conhecimentos são reafirmados pela repetição, por objetos simbólicos e por ações simbólicas.

Para perdurar eles não precisam ser coerentes e nem funcionais, precisam apenas contar com a engenhosidade dos tipos teóricos legitimadores e a credulidade dos tipos receptores.

Os tipos fazem parte da ordem social e são também condição para que ela exista. Segundo Berger e Luckmann (2014), não poderia haver ordem social sem tipificação de desempenho, que culmina na formação dos papéis sociais. Cada papel constitui-se no “eu-social” que se constrói com base em um conjunto de tipificações validadas socialmente.

Os papéis sociais são definidos por tipos de atores que partilham o mesmo tipo de conhecimento, sendo absolutamente necessários para a institucionalização, visto que, ao desempenhar papéis, o indivíduo participa do meio social, por meio de suas ações, representando a ordem institucional e não a si mesmo. Estes papéis sociais são encontrados também em Durand (1998) como as *persone* ou máscaras. Para o autor, os “papéis positivamente valorizados na sociedade tendem a se institucionalizarem num conjunto muito coerente e com códigos próprios” (DURAND, 1998, p. 94). Os códigos, socialmente compartilhados, funcionam como um fator de ligação entre esses tipos que desempenham papéis e, ao desempenhar ou representar esses papéis, funcionam como mediações (BERGER; LUCKMANN, 2014) entre o eu-individual e o eu-social.

### **3.2 As organizações no mundo social**

Os papéis sociais, ao serem reconhecidos e sancionados socialmente, permitiram o surgimento das instituições. Estas, passaram a dominar o mundo social a partir do surgimento das sociedades industriais. Giddens (2005) aponta que nas sociedades pré-modernas, nas quais as atividades principais eram de caça, pesca, coleta e posteriormente o cultivo do solo, as sociedades se desenvolviam em um ambiente social mais restrito. Porém, com a mudança de paradigma trazida pela modernidade, o que se via na sociedade era grande parte da população trabalhando para empresas, em escritórios, indústrias e no comércio. Esta mudança de atividade, evidentemente, acompanhou uma mudança social que culminou no aumento do relacionamento do homem com as organizações, e com uma maior institucionalização da vida cotidiana.

De acordo com Giddens (2005, p. 283) “houve um tempo em que todos nós nascíamos em nossas casas”, o autor descreve a importância do lugar em que nascíamos e vivíamos e o papel da comunidade na vida de cada membro dela. Percebemos, portanto, que esses papéis, nas sociedades antes da era industrial, eram executados por indivíduos. Porém, com a mudança de paradigma da modernidade, muitos dos papéis anteriormente executados por pessoas

passaram a ser desempenhados pelas instituições, ou pelas chamadas “organizações modernas” (GIDDENS, 2005).

O autor define organizações como:

[...] um grande agrupamento de pessoas, estruturada em linhas impessoais e estabelecida a fim de atingir objetivos específicos [...]. Atualmente, as organizações desempenham um papel bem mais importante em nosso cotidiano do que jamais se verificou anteriormente. Além de nos colocarem no mundo, elas também observam o nosso progresso através dele, e nos atendem quando o deixamos ao morreremos. (GIDDENS, 2005, p. 283)

As organizações possuem uma dinâmica própria, que se ajusta e evolui com a sociedade. Elas se tornaram objeto da sociologia das organizações, a qual percebeu que as organizações possuíam vários traços comuns com os grupos sociais (LAPASSADE, 1977, p. 101). Antes da sociologia das organizações, todos os tipos de grupos sociais oficiais eram tratados como instituições, desde que estivessem submetidos a um sistema de regras que determinasse seus procedimentos e sua vida.

Na sociedade moderna as relações se constroem no interior das organizações ou são mediadas por elas, as instituições e organizações definem grande parte de nossa vida e da nossa experiência. Na visão do autor, organização implica controle, tanto de natureza quanto de destino, ele vê as organizações como “unidades sociais (ou grupamentos humanos) intencionalmente construídos, a fim de atingir objetivos específicos” (ETZIONI, 1984, p.3).

Esse controle pode ser exercido em toda a dimensão da vida social e individual, causando uma interdependência do homem para com as organizações e das próprias organizações entre si mesmas, conforme registra Giddens (2005, p. 283):

Cada vez que utiliza o telefone, abre a torneira, liga a TV, ou entra no carro, você está em contato com as organizações e, até certo ponto, dependendo delas. E, normalmente, não apenas com uma organização, mas com várias, todas interagindo regularmente entre si e com você. A companhia de águas, por exemplo, possibilita a garantia de que a água irá jorrar da torneira ao abri-la – e de que também jorrará das torneiras de outras milhões de pessoas. No entanto, a companhia das águas também depende de outras organizações, como as que constroem e conservam reservatórios, que por sua vez dependem de outras [...] e assim por diante, quase que indefinidamente.

Neste sentido, compreende-se as organizações como algo que constitui, em nossa sociedade atual, o tecido da própria ordem social, que exerce controle sobre vários aspectos da vida tanto no ambiente individual quanto coletivo.

Algumas das características mais definidoras das organizações encontram-se na divisão do trabalho, na presença de um ou mais centros de poder e na possibilidade de substituição de seus membros, seja por promoção, substituição, demissão ou qualquer outro motivo, o que num grupo social espontâneo não se dá dessa maneira. Em uma organização, tanto as divisões do trabalho, quanto as relações de poder, as informações e a comunicação “não são casuais e nem estabelecidas pela tradição, mas planejadas intencionalmente a fim de intensificar a realização de objetivos específicos” (ETZIONI, 1984, p.3), esses objetivos são geridos pelo poder central, que delega e direciona o controle dos esforços com foco nos objetivos bem definidos traçados pela organização. Por essas características, as empresas configuram-se também como uma forma de organização, pois possuem centros de poder que definem seus objetivos e sua forma de gestão.

De acordo com Lapassade (1977), hoje temos uma forma moderna de gestão nas organizações, com base em uma gestão mais participativa e menos centralizadora somado ao fato de as organizações atuais terem suas bases alicerçadas na tecnologia. O autor também diferencia grupos sociais de organização social e de instituições. Para ele, o primeiro refere-se a um grupo de pessoas que se relacionam mutuamente por diversos motivos, entre esses grupos encontra-se a família, os amigos, as tribos, entre outros; já as organizações sociais dizem respeito a uma “coletividade instituída” (LAPASSADE, 1977, p. 101), a empresa faz parte desse grupo, visto que possui objetivos previamente definidos e membros que trabalham em prol desse objetivo. Lapassade (1977, p.89) define a empresa como um “grupo de grupos”, pois “ela reúne equipes, escritórios, oficinas, segundo certas formas de organização”, cada um desses grupos possuem seus próprios objetivos, mas se identificam com o objetivo empresarial comum. Já para Etzioni (1974), as empresas configuram-se como microsociedades nas quais “o problema geral da ordem social pode ser estudado de maneira empírica” (ETZIONI, 1974, p.17).

Para Lapassade (1977) o conceito de instituição é mais amplo, e ela se compara à função na ordem biológica, que serve de processo para a manutenção da vida dos organismos vivos. Ele aponta que o conceito acabou sendo tomado de maneira ampla pela sociologia, ao ponto de Fauconnet e Mauss, no começo do século XX, definirem a sociologia como a ciência das instituições, pois implica em:

conjunto instituído de atos ou de ideias que os indivíduos encontram à sua frente e que se impõem mais ou menos a eles [...] entenderemos essa palavra tanto como costume, quanto as constituições políticas ou as organizações

jurídicas essenciais (FAUCONNET; MAUSS, 1901 apud LAPASSADE, 1977).

Etzioni (1984), assim como Lapassade (1977), também considera instituição um conceito mais amplo, sem uma boa definição, que causa grande confusão dentro da Sociologia, pois tanto pode ser um tipo específico de organização, quando um princípio normativo. Os grupos instituídos, como as escolas, o exército, as corporações, seriam para ele uma forma de organização, enquanto que os espontâneos, como a família, as tribos, os grupos de amigos, não. Porém, as organizações também geram conflitos conceituais, pois, segundo Lapassade (1977), elas podem ter relação tanto com uma realidade social, quanto designar um ato organizador exercido pelas instituições.

Percebemos um ponto de convergência no conceito de organização de Etzioni (1984) e Giddens (2005), ao trabalhar as formas de controle exercidas pelas organizações. De acordo com Etzioni (1974), contamos com três formas de controle social: a coercitiva, a econômica (por meio dos bens) e a baseada em valores normativos. Hoje, pelo menos duas das três formas têm relação direta com as empresas. A econômica e a de valores normativos, pois as empresas são responsáveis pela produção dos bens que consumimos, pela geração de emprego e renda e também pela propagação de ideias, valores e cultura, difundidos pelas grandes empresas que atuam além das fronteiras de seus países.

Já Giddens (2005) afirma que a extensão da influência das organizações na vida social não pode ser considerada completamente positiva ou benéfica. “As organizações muitas vezes têm o poder de retirar as coisas das nossas mãos e colocá-las sob o controle de funcionários ou especialistas sobre os quais temos pouca influência” (GIDDENS, 2005, p. 284). Ou seja, as organizações exercem controle social sobre a vida de cada indivíduo, e a este não é permitido resistir ao controle, sem que sofra as sanções. Porém, os vínculos sociais com as organizações não se consolidam atualmente, nas organizações pós-modernas apenas pelo controle normativo, econômico e coercitivo; eles se desenvolvem também pela dimensão tecnológica e comunicativa.

A partir da evolução das tecnologias da comunicação e do crescimento empresarial, a organização passou a atuar em várias esferas da sociedade e, inclusive, transcender as barreiras geográficas do espaço físico. Hoje, as organizações empresariais são responsáveis pelos diálogos com os grandes centros de poder de várias partes do mundo. “Atualmente, a tecnologia da informação e a comunicação eletrônica vêm possibilitando a transcendência do espaço e o

controle do tempo de maneiras que eram desconhecidas mesmo em um passado relativamente recente” (GIDDENS, 2005, p. 298)

Percebemos, que a possibilidade de um processo comunicacional mais ágil, possibilitado pela tecnologia confere uma importância à informação, “em lugar dos bens físicos, a moldar nossa existência social”. (Ibidem., p.298). Paralelo a esse processo, percebemos também uma mudança no perfil da própria sociedade, enquanto consumidora dos produtos dessas organizações empresariais, tantos produtos físicos quanto simbólicos. Em vista do surgimento de novas demandas e de novas tecnologias, a comunicação empresarial em relação à sociedade se refigurou, trabalhando novas abordagens e novas formas de narrar.

### **3.3 As organizações empresariais e a comunicação social**

A comunicação empresarial, em razão do avanço tecnológico, se expandiu para além das fronteiras das organizações, principalmente porque, conforme afirma Giddens (2005, p. 298), “as organizações propriamente ditas não se limitam tanto a ‘estar’ em algum lugar como antigamente”. Atualmente, vemos com frequência empresas que não possuem espaço físico, mas, por meio da tecnologia, estão em todos os lugares e frequentemente interagindo com seu público-alvo e com a sociedade. Elas se fazem presentes, estão atentas às demandas sociais e criam canais de comunicação com o ambiente social em que estão inseridas.

Bueno, W. C. (2009) explica esse processo, apresentando uma perspectiva segundo a qual a comunicação empresarial não se limita mais à instituição. Ela se estende para o mercado, ultrapassando as barreiras da comunicação interna, na ânsia por evidenciar que a prioridade não é a busca por lucros, mas pelo desempenho dos papéis sociais da organização. Portanto, ao mesmo tempo em que a comunicação empresarial se cerca de regras, ações, planos e estratégias interinamente, como um “manual de boas maneiras”, ela também, com isso busca “estabelecer a relação permanente e sistemática com todos os seus públicos de interesse” (BUENO, W. C., 2009, p. 3-4).

Os estudos da comunicação empresarial no Brasil e o espaço conferido a ela no mercado de trabalho remetem a um passado recente. Como conceito, a comunicação empresarial tem cerca de 50 anos, iniciando-se a partir da década de 1970, com os reflexos limitadores do período de exceção, vividos nos governos militares. Isto se materializava na comunicação austera vivida internamente pelos funcionários das empresas, “marcada pelo autoritarismo, pelo desestímulo à participação e ao diálogo” (BUENO, W. C., 2009, p. 5), a comunicação era fragmentada, carente de integração, o que resultava em um descompasso entre a comunicação

interna e externa. Enquanto a primeira era dura e pouco democrática, a segunda, voltada para os consumidores, se apresentava em tom de descontração e simpatia.

Até os anos 1960 ainda havia poucos estudos na área de Comunicação no Brasil e a atividade era exercida com frequência por profissionais de outras áreas de formação, cenário que só veio a mudar em meados dos anos 1970, quando os primeiros cursos de Comunicação foram criados e o mercado já sinalizava algumas mudanças em relação ao pensamento sobre a comunicação nas empresas. A partir daí a comunicação institucional foi se consolidando e as primeiras assessorias de comunicação e relações públicas começaram a ser implantadas, porém lentamente e ainda enfrentando muitas resistências por parte das empresas mais conservadoras. As mudanças nesse sentido só começaram a ocorrer de fato na década de 1980, após o fim do regime militar (BUENO, W. C., 2009), quando houve o aumento significativo do número de egressos dos cursos de Comunicação no mercado de trabalho. A postura das organizações foi se modificando para se adaptar às novas demandas sociais, que hoje ultrapassam a mera compra de produtos.

Desse período até os dias atuais, o cenário em muito se modificou, principalmente a forma de abordagem a um novo tipo de consumidor, pertencente a uma sociedade mais conectada, mais segmentada e, em sua maioria, com maior facilidade de acesso às informações. Impulsionada pela revolução tecnológica e o crescimento da internet e das novas tecnologias, a relação comunicativa das empresas com a sociedade começou a ganhar os contornos do que temos hoje. A partir dos anos 1990, a visão da comunicação voltada apenas para a venda foi ficando obsoleta. Com o advento das novas tecnologias e o consumo mais rápido de informações e imagens (FLUSSER, 2013) e maiores possibilidades de engajamento, os consumidores se tornaram mais exigentes no que se refere aos valores empresariais. A comunicação empresarial, visando a se adequar a esse novo tipo de consumidor e a essa nova sociedade da informação, alterou-se e “deixou de ser um mero conjunto de atividades, desenvolvidas de maneira fragmentada, para se constituir em um processo integrado que orienta o relacionamento da empresa ou entidade com todos os seus públicos de interesse” (BUENO, W. C., 2003, p.7).

A partir desse cenário, ficou mais difícil para as organizações manterem uma imagem positiva perante o consumidor atual, pois este se mostra mais exigente, mais evoluído no processo da cidadania e exigente em relação às ações empresariais. A relação que as empresas mantêm com seu público de interesse não se resume apenas à compra, estendendo-se a exigências sociais mais amplas. “Todos, indistintamente, tendem a condenar a agressão ao meio ambiente, a exploração do trabalho infantil e a busca obsessiva do lucro pelo lucro” (BUENO,



W. C., 2003, p. 105). Ou seja, o reconhecimento de uma empresa como cidadã vai muito além do fato de ela pagar impostos ou não: requer que ela tenha uma certa postura e comportamento diante de questões sociais, que passe uma mensagem de engajamento e sensibilidade em relação à sociedade e ao meio-ambiente.

Um indício da mudança no discurso empresarial, para ajustar o tom da comunicação empresa/sociedade, de modo a se aproximar das demandas sociais, pode ser encontrado no *site* oficial da Vale, no qual a empresa destaca que sua missão é “transformar recursos naturais em desenvolvimento sustentável”, sua visão é “ser a empresa de recursos naturais global número um em criação de valor de longo prazo, com excelência, paixão pelas pessoas e pelo planeta” e seus valores são “a vida em primeiro lugar, valorizar quem faz a empresa, cuidar do nosso planeta, agir de forma correta, crescer e evoluir juntos, fazer acontecer”. A empresa evidencia ainda que trabalha para gerar prosperidade, com responsabilidade social e respeito ao meio ambiente (VALE, [201-]a).

Nessa concepção, afirma Bueno, W. C. (2003, p. 105), “as organizações começam a perceber, também, que sua imagem pública depende da avaliação de um conjunto diversificado de públicos, mesmos daqueles com os quais elas não têm contato direto [...]”. Nesse sentido, não há segmentação, nem público-alvo. O público de interesse é virtualmente toda a sociedade, na qual a empresa está inserida e com a qual deve estar comprometida. Portanto a empresa deve buscar atender às novas demandas sociais e se engajar nas questões que despertam o interesse da coletividade. Sobretudo, não deve primar apenas pelo lucro, pois os novos consumidores e a sociedade de uma forma geral estão mais atentos e exigentes em relação à postura das empresas. É necessário que esteja entre as suas prioridades um modelo de gestão socialmente responsável e que isso se reflita na narrativa da comunicação empresarial.

O capital simbólico da empresa se reflete na configuração dessa narrativa, que chega até nós por vários meios dos quais as grandes empresas dispõem. Comparato (1996) ressalta que as multinacionais são as grandes responsáveis e agentes que fomentam a economia mundializada em que vivemos atualmente. Elas atravessam os mercados nacionais e regionais, atuando em escala global, produzindo bens, tanto materiais quanto imateriais, ideias, gostos e estilos. O autor ressalta que, entre os anos 1969 e 1994, o número de multinacionais subiu de sete para trinta e sete mil, de acordo com relatório da Organização das Nações Unidas (ONU), e estas controlavam mais de duzentos mil subsidiárias em países que não os da sua sede. Aproximadamente um terço dos investimentos estrangeiros no mundo, na época (década de 1990), tinham origem nessas grandes empresas.

Ao reconhecermos o volume das movimentações financeiras empresariais, percebemos que as empresas, detentoras de grande poder econômico, assumem papéis centrais na vida social e por isso devem ou deveriam agir em favor das demandas sociais. Porém, Comparato (1996, p.44) indica que, apenas em 1919, a noção de que a empresa estava também subordinada ao interesse da coletividade, e não somente aos seus próprios interesses, apareceu na forma de lei, estabelecida na Constituição de Weimar. A partir daí muitas outras legislações abordaram o tema.

A lei reconhece que, no exercício da atividade empresarial, há interesses internos e externos, que devem ser respeitados: não só os das pessoas que contribuem diretamente para o funcionamento da empresa, os funcionários e os capitalistas, mas também os interesses da ‘comunidade’ em que ela atua. (COMPARATO, 1996, p. 44).

Comparato (1996), ao trabalhar a relação Estado/capital privado, admite que seria uma ingenuidade pensar que o sistema empresarial pode, no lugar do Estado, ou livre do controle do Estado e dos poderes públicos, promover de fato a justiça social, visto que o objetivo da empresa, em um mercado cada vez mais global e competitivo, é o lucro. Porém, o que se percebe, a partir da tessitura da narrativa da comunicação empresarial, é a busca pela construção de uma imagem positiva no exercício de tarefas que são de responsabilidade do poder público. A comunicação das empresas com a sociedade, segundo Kunsch (2003, p. 164), “está intrinsecamente ligada aos aspectos corporativos institucionais que explicitam o lado público das organizações”, ou seja, procura estabelecer uma relação de sentido que vincule organização e responsabilidade social.

### **3.4 As narrativas de sustentabilidade e a tessitura da intriga Vale/Amazônia**

O vínculo organização/responsabilidade social nem sempre esteve nas pautas empresariais, assim como a relação Estado/capital nem sempre levou em consideração a soberania do interesse público. A relação da Vale com o estado do Pará data de 1942 e já se inicia com a empresa detendo maior poder de barganha junto ao Governo Federal que o próprio estado. Com sede em Minas Gerais, a então Companhia Vale do Rio Doce<sup>5</sup>, iniciou seus trabalhos no Pará com a descoberta da mina de Carajás em 1967. Esta fez com que o Produto

---

<sup>5</sup> Em 2007 a empresa alterou seu nome, passando a chamar-se apenas Vale (ROSA, B., 2007).

Interno Bruto (PIB) de Parauapebas (município no interior do estado do Pará, onde a jazida está instalada) ao longo de 30 anos superasse o do estado do Pará.

Na época em que era estatal, a chamada Companhia Vale do Rio Doce (CVRD) propôs a criação do Programa Grande Carajás (PGC), cerca de dez anos após a descoberta da mina, o qual foi prontamente aceito pelo Estado brasileiro, que nesse período vivia uma ditadura militar. O projeto foi visto pelo governo como uma estratégia de desenvolver “uma nova fase da fronteira: a da indústria de exploração mineral” (BECKER, 2015, p.474), e nem mesmo “o fator amazônico”, que segundo Becker (2015, p.475) consiste em todas as condições de dificuldade que a floresta impõe a qualquer empreendimento na região, como o clima, as longas distâncias, a indisponibilidade de mão-de-obra e energia elétrica, constituiu-se em um obstáculo para a execução do projeto, que, de acordo com a autora, foi responsável por explorar de forma ordenada e sistemática as riquezas naturais da região.

Apesar do discurso nacionalista e protecionista do governo militar, a exploração do minério só foi possível com a colaboração de uma empresa americana, conforme indica Barbosa (2010). Ela barganhou com o Estado tanto a exploração do minério quanto a logística da exploração.

Fiel à sua aliança com interesses do capital privado, o Estado reduz as pretensões de amplo controle da CVRD, estabelecendo que os projetos serão implantados pela iniciativa privada, competindo com o setor público apenas a implantação de um sistema logístico de infraestrutura com suficiente eficiência e avanço para atrair projetos industriais. (BECKER, 2015, p.476).

O interesse do governo federal no PGC era justificado pela crise mundial do período da Segunda Guerra, Becker (2015) explica que o Estado brasileiro via no projeto uma forma de atravessar a crise, ‘desenvolver’ e ocupar a região Amazônica, cujas fronteiras não eram nem bem conhecidas, nem bem defendidas na visão dos governos militares.

A proposta da CVRD, na década de 1980, incluía a criação de um território, o “Carajazão”, que foi aceito pelo Estado e, segundo Becker (2015, p. 478) constituiu-se no “maior projeto de desenvolvimento integrado do mundo”, e sobre o qual se criou, para deliberar sobre sua criação e fixação de políticas, uma esfera organizada de poder político, constituída por conselhos, secretarias e superintendências ligadas ao governo. O complexo territorial ficou sobre controle da empresa (cerca de 90 milhões de hectares) e, de acordo com a autora, correspondia a 10% do território nacional, ocupando áreas referentes aos estados do Pará, Goiás e Maranhão.

Para o desenvolvimento das atividades mineradoras ser levado a cabo, em torno da mina se criou uma logística impressionante. A estrada de ferro Carajás, com 892 km, um porto no estado do Maranhão, para embarcar a carga e a ferrovia Norte Sul, que atravessa 10 Estados brasileiros, além de muitos outros projetos de infraestrutura, a exemplo da Usina Hidrelétrica de Tucuruí, cujos impactos ambientais representaram um marco no início das tensões entre a Vale, as populações tradicionais da região, os ambientalistas e o governo do estado do Pará.

Após o governo militar, já na década de 1990 novas tensões se configuraram com a decisão da empresa de escoar o minério de ferro extraído do Pará pelo estado do Maranhão, fato que trouxe grandes complicações para a relação da Vale com o estado do Pará. Sobretudo após a privatização em 1997 (BARBOSA, 2010), durante o governo do então Presidente da República Fernando Henrique Cardoso. O processo não sofreu resistência ou reação pública do então governador do estado do Pará, na época Almir Gabriel, de mesmo partido do Presidente.

Em meio às tramas tecidas nos bastidores dos poderes, contribuiu a promessa de verticalização da produção de minérios em território paraense, representado pelo projeto Salobo. Depois de privatizada, todavia, as autoridades estaduais entraram em conflito com a grande empresa, devido o não cumprimento do acordo estabelecido. A imagem de um Pará explorado e desrespeitado pela Vale, que levava as riquezas minerais e deixava somente os ‘buracos’ no solo paraense, tornou-se recorrente nas manifestações das autoridades políticas e de grupos empresariais. Na tentativa de justificar os erros e transferir a responsabilidade, a Vale simbolizava a principal causa dos problemas paraenses, o autêntico *Dragão da Maldade*, segundo a metáfora cunhada pelo jornalista Lúcio Flávio Pinto. (BARBOSA, 2010, p. 229).

A despeito dos conflitos e críticas, a Vale afirmou-se no mercado como uma das maiores mineradoras do mundo. “Tem 500 mil acionistas espalhados pelos cinco continentes, nos quais atua, em 38 países, com 126 mil funcionários. É responsável por metade das exportações brasileiras com o produto que está no topo do *ranking*, o minério de ferro” (PINTO, 2012a, p. 332). A empresa, somente de minério de ferro, beneficia 120 milhões de toneladas por ano, número que faz da mina de Carajás, no estado do Pará, a maior mina a céu aberto do mundo, que hoje conta com cerca de 10 mil funcionários. “Ao todo, 900 toneladas de material são movimentadas por dia, o minério produzido na mina é considerado um dos melhores do mundo, com alto teor de ferro” (ROCHA, 2015, p. 44).

Todo esse poder político e econômico necessita da conformidade da opinião pública e da sociedade, para que os sentidos comerciais sejam convertidos em valor simbólico com sentidos positivos para aqueles que vivem no estado do Pará e convivem de perto com as ações empresariais. A conversão, desses sentidos, demanda um esforço de comunicação para

sensibilizar a opinião pública e consolidar uma nova imagem. A forma escolhida pela empresa para conferir visibilidade a essa nova imagem foi colocada em prática por meio de uma parceria com um dos maiores veículos de comunicação do Norte do Brasil, o jornal *O Liberal*. Parceria esta que se consolidou após uma série de conflitos na seara midiática e até judicial.

Conforme informações de Barbosa (2010), o jornal *O Liberal* foi fundado em 1946 como um periódico de cunho político, ligado ao então líder político Magalhães Barata. *O Liberal* passou para as mãos dos atuais donos, a família de Rômulo Maiorana, 20 anos depois, em 1966, quando teve seu parque gráfico modernizado. Passados mais 10 anos, o empresário, patriarca da família Maiorana, inaugurou a TV Liberal, afiliada da Rede Globo e consolidou seu império da comunicação no estado do Pará. Com uma tiragem média que varia entre 40 e 50 mil exemplares, o jornal alcança 114 dos 143 municípios do Estado, chegando a 80% do território paraense. O periódico teve um grande crescimento a partir de 2009, quando começou a circular em cidades de difícil acesso.

Portanto, percebemos o esforço comunicativo empreendido pela Vale, ao se unir a um jornal de circulação muito expressiva no Norte do país. Demonstra a necessidade da consolidação de sentidos positivos relacionados à imagem empresarial na região em que se encontra um de seus maiores empreendimentos, a mina de Carajás. Esta construção se forja no âmbito do simbólico, fazendo parte do mundo em que vivemos e no qual estamos, irremediavelmente, imbricados, pois a comunicação se “estabelece num mundo codificado, ou seja, um mundo construído a partir de símbolos ordenados, no qual se representam as informações adquiridas” (FLUSSER, 2012, p. 96) e os símbolos produzidos pela Vale na Amazônia narram uma história de longa data, de uma relação de convivência marcada por conflitos e resistências, altos e baixos. O primeiro conflito registrado nesta narrativa, da Vale com o estado do Pará, deu-se pela forma como foi executado o processo de privatização da empresa.

A modelagem do leilão, feita pelo Bradesco, visou privatizar a Vale sem tirar-lhe a estrutura de estatal. A busca pelo crescimento acelerado e o lucro multiplicado incrementou essa estrutura de governo, dando à nova Vale uma fisionomia bifronte: ora de empresa privada, ora de governo. (PINTO, 2012a, p. 233).

Ou seja, a mineradora, apesar de não pertencer mais ao Estado brasileiro, possuía, sozinha, capacidade de investimento superior à do próprio governo e um PIB maior que o do estado do Pará inteiro. O que denota que em termos comerciais e políticos a empresa não

enfrentava empecilhos, destacava-se, e ainda se destaca até hoje, no mundo como a maior em praticamente todas as suas metas e aquisições.

Por isso é mais do que uma multinacional. Que multinacional opera oito portos (Ponta da Madeira, em São Luís do Maranhão, e Tubarão, em Vitória do Espírito Santo), sendo que dois deles estão entre os maiores do mundo? E que multinacional ainda ganharia mais concessões para interligar entre si essas duas vias expressas de exportação, uma delas (Carajás) com o maior trem de cargas do mundo? Que multinacional manteria sob seu controle monopolístico 9 mil quilômetros quadrados em um único país? É coisa demais para caber na agenda de uma empresa privada, por mais poderosa que ela seja. A Vale tinha, até ser privatizada, outra glória: a maior frota de navios graneleiros do mundo. Toda essa frota foi alienada na gestão Agnelli, sem qualquer reação por parte da opinião pública e do governo. (PINTO, 2012a, p. 233).

Barbosa (2010) nos indica as intrigas presentes na narrativa de conflito tecida entre a empresa e as lideranças estaduais. Primeiramente com a privatização e, após, com a construção da estrada de ferro de Carajás, que definia o escoamento do minério pelo estado do Maranhão e não pela malha fluvial do estado do Pará. Essa ação, aos olhos das lideranças estaduais e do próprio governo federal, demarcou a relação colonial estabelecida desde então pelos centros de poder da federação com o Pará, assim como da Vale com o Pará; ressaltando que em 2003, Carajás já era responsável pela metade do faturamento bruto da empresa, fato contrastante com a pobreza social predominante no estado que contém alguns dos municípios com menor Índice de Desenvolvimento Humano do Brasil (G1 PARÁ, 2013).

Barbosa (2010) destaca, como resultado de suas pesquisas sobre as matérias do jornalista paraense Lúcio Flávio Pinto, a ausência de ações por parte das elites paraenses, bem como a ausência de uma estratégia por parte do governo do Estado que arbitrasse o relacionamento com a empresa. O autor apresenta dados colhidos pelo jornalista que demonstram que, em 2002, a Vale lucrou no Pará quase o dobro da arrecadação do governo paraense, transformando-se em uma espécie de “poder paralelo” ao do Estado, com maior poder de barganha junto ao Governo Federal. Também ressalva que a empresa se constitui em uma espécie de “cavalo de Tróia”, devido à relação desenvolvida com base na expectativa de retorno para o estado das riquezas minerais exploradas, o que nunca veio a acontecer, tornando-se uma eterna promessa para o futuro, e resultando até os dias atuais em uma relação inversamente proporcional em que a riqueza mineral do Estado diminui e a pobreza social aumenta.

Com tanto poder econômico e apoio político do Governo Federal, a Vale se consolidou, apresentando crescimento econômico em números volumosos, sem prestar contas ao estado do Pará. Esse poder político, que se estruturou com a privatização, fez a empresa adquirir liberdade

de capital privado, sem perder muitas das vantagens de uma estatal. O relacionamento com a sociedade também foi marcado por conflitos, muitas vezes evidenciado por interesse da própria mídia.

Esse relacionamento constitui-se em aspecto particularmente importante para a empresa, visto que, em 2012, ela foi eleita pelo *Public Eye Awards* (“prêmio” mundial criado pelo Greenpeace) a pior corporação do mundo. “A antiga estatal Companhia Vale do Rio Doce foi indicada junto com mais cinco empresas internacionais [...]. Das 88 mil pessoas que votaram através da internet, 25 mil escolheram a Vale” (PINTO, 2012a, p. 229).

Resulta-se dessa visão negativa a necessidade de reforço positivo na forma de publicidade institucional (já que no aspecto comercial a empresa está entre as mais expressivas do mundo), tendo-se em consideração a importância da comunicação institucional na construção coletiva dos laços (HALLIDAY, 2009, p. 36) que vinculam a empresa à sociedade.

Como uma resultante do “prêmio” recebido, a mineradora criou um site (PINTO, 2012a, p.230), onde se ocupou de rebater uma a uma as acusações que havia recebido no site criado pelo prêmio que a colocou no topo da lista das piores empresas do mundo. Esse empenho, por parte da Vale em responder às críticas de forma satisfatória, faz parte do conjunto de atos comunicativos, aos quais Halliday (2009) denomina “ação retórica”.

O empenho da ação retórica é apresentar ‘razões para...’. E que sejam satisfatórias – capazes de gerar boa vontade, levar interlocutores a se identificarem uns com os outros, minimizar o impacto de verdades amargas, resolver ou suavizar conflitos, fomentar consenso, levar a bom termo uma negociação e, talvez, até persuadir totalmente na direção desejada pelo vetor. (HALLIDAY, 2009, p.35).

Dessa forma, todo o conjunto do esforço comunicacional empresa/sociedade faz parte da edificação da ação retórica proposta pela empresa. De acordo com Halliday (2009, p.40), as fronteiras organizacionais estão em plena expansão simbólica, e esse foi o mecanismo de adaptação encontrado pelas organizações “para manter a organização em sintonia com os ambientes com os quais interage”. Dessa expansão simbólica fazem parte os símbolos, os significados dos discursos organizacionais e todo o seu capital material e imaterial. A autora afirma que esses componentes formam o patrimônio organizacional, ou seja, não são apenas os aspectos comerciais que fazem da Vale a maior empresa privada da América Latina e uma das maiores mineradoras do globo, mas seu capital simbólico, construído pelos seus discursos e pelas narrativas que produz.

Essas narrativas se atualizaram ao longo do tempo, como forma de acompanhar as demandas sociais. Entre essas demandas, encontram-se as novas exigências dos “cidadãos-consumidores” (AMARAL FILHO, 2011, p. 86), responsáveis por promover o surgimento da narrativa empresarial de responsabilidade social, que se reflete, inclusive na mudança no modelo de gestão empresarial, que passa do modelo de gestão antropocêntrica para ecocêntrica (BUENO. W. C., 2003, p. 110). Percebemos essas mudanças nos valores destacados no próprio *site* da Vale, todos orientados para o discurso ecológico e pautado em valores sustentáveis, e também no volume de investimentos desigual destinado à “responsabilidade social corporativa”. “Destaque para os gastos em ‘proteção e conservação do meio ambiente’, que consumiram US\$ 580 milhões, enquanto aos ‘projetos sociais’ foram destinados US\$ 201 milhões” (PINTO, 2012a, p.129).

As características que modelam uma empresa como socialmente responsável abarcam todos esses aspectos que incluem a contribuição para o desenvolvimento social, boas condições de trabalho para os seus funcionários, valorização de questões de interesse coletivo, preservação ambiental, preocupação com a sustentabilidade, comprometimento com a ética e investimento em setores socialmente relevantes como ciência, artes, esportes e educação.

Em razão deste cenário, observamos uma mudança no relacionamento com a sociedade e nas abordagens utilizadas pela comunicação empresarial, com ações sociais elaboradas e promovidas pela empresa, muitas de competência do Estado, com parceria ou subsídios do Estado. Entre elas: 1) a restauração de patrimônio histórico da Igreja de Nossa Senhora do Carmo, em Belém, projeto contemplado pela Lei Federal Rouanet, em parceria com a superintendência regional do Instituto do Patrimônio Histórico Cultural Nacional (Iphan) e Arquidiocese de Belém (DOL, 2012); 2) o financiamento e manutenção do Parque Zoobotânico de Carajás, área de preservação ambiental localizada dentro da Floresta Nacional de Carajás (VALE, [201-]b); 3) patrocínio ao Círio de Nazaré (registrado pelo Iphan desde 2004 como Patrimônio Cultural de Natureza Imaterial) e ao Círio Musical (VALE, [201-]c); 4) parceria com a Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes) no fornecimento de bolsas de pós-doutorado para pesquisadores que desenvolvam trabalhos nos temas Mineração e Desenvolvimento Sustentável (FERREIRA, 2016); entre outros projetos de capacitação, musicalização de crianças e jovens, patrocínio à construção de centros culturais e a eventos culturais.

Além dessas ações, a empresa criou, em 2009, o Instituto Tecnológico Vale (ITV), “uma instituição sem fins lucrativos, de pesquisa e ensino de pós-graduação [...], que desde 2013, oferece um mestrado profissional reconhecido pela Capes, do Ministério da Educação. O curso



é o primeiro do gênero a ser oferecido por um instituto vinculado a uma empresa do setor mineral” (VALE, [201-]d), sendo composto de 10 vagas para o público interno (funcionários da empresa e controladas) e mais 10 abertas para o público externo.

Todas essas ações e iniciativas são trabalhadas pela comunicação empresarial. Estão presentes no site da empresa e são exemplos da nova relação empresa/sociedade, que passam da narrativa à ação e da ação à narrativa, pois além de existirem precisam ser projetadas para a sociedade e revestidas em capital simbólico para a empresa. Dessa forma, a Vale

vende à opinião pública a imagem de empresa responsável, preocupada com os impactos socioambientais gerados pela sua atividade, que paga bem, na qual é um prazer trabalhar, que apoia as iniciativas culturais, está ao lado das muitas comunidades com as quais convive e é de grande valor para o Brasil. (PINTO, 2012a, p. 140).

Para que esta imagem seja publicizada, muitas vezes as empresas recorrem a parcerias com a mídia, que funciona como mediadora dessa relação. Observamos como exemplo desta aproximação mídia/empresa, a crescente produção de muitas revistas patrocinadas por empresas, organizações e instituições, em parceria com jornais de grande circulação, todas voltadas para temas ligados à responsabilidade social e sustentabilidade, alguns exemplo são: a revista *Nossa Terra*, produzida no município de Paragominas, sudeste paraense; a revista *Municípios Verdes*, publicação do Programa Municípios Verdes do Governo do Pará; a revista *Agropará*, publicação sobre agronegócios produzida pelo jornal *Diário do Pará*; a revista *Agronegócios*, sobre o mesmo tema, porém produzida pelo jornal *O Liberal*; a revista *Equilíbrio*, produzida pelo jornal *Diário do Pará*, com patrocínio de três grandes empresas: as Centrais Elétricas do Pará (Celpa) e as mineradoras Imerys e Hydro; e finalmente a revista *Amazônia Viva*, objeto de estudo desta dissertação, revista patrocinada pela mineradora Vale e produzida pelas ORM, proprietária do jornal *O Liberal*.

O ponto de convergência das narrativas encontradas nestas revistas é a temática e o fato de a produção ser patrocinada por instituições, não para consumo interno, mas para circulação externa, além de a maior parte delas ser vinculada a um jornal de grande circulação (apenas a *Nossa Terra* é vendida individualmente em bancas de revista). Porém, percebemos na forma, no texto jornalístico, no design, na qualidade gráfica e técnica, e na regularidade de distribuição, um destaque por parte da revista *Amazônia Viva* em relação às demais. O periódico apresenta uma estética diferenciada, com ênfase na fotografia e no design, no conteúdo informativo e na alta qualidade gráfica, visualmente superior às suas “correspondentes”. Trabalha, além de sustentabilidade, temáticas ligadas à empresa patrocinadora e à Amazônia, convertendo-se em

um objeto rico para análise das narrativas configuradas pela empresa, e seus desdobramentos na relação estabelecida com o estado do Pará e com a sociedade.

#### 4 PERCURSOS METODOLÓGICOS: O OBJETO EM CENA

Para pensar o objeto e compreender toda a sua profundidade e dimensões, fez-se necessário empreendermos inicialmente uma pesquisa bibliográfica sobre o simbólico, sobre a Amazônia, e o imaginário construído em torno da Amazônia para entender o relacionamento teórico entre essas temáticas. Por ter escolhido um objeto empírico que é produzido por um jornal com o patrocínio de uma grande empresa, sentimos a necessidade também de compreender a dimensão da comunicação institucional, porém não apenas pela abordagem usualmente utilizada no campo da Comunicação, da Administração e das Relações Públicas, que contempla o nível empresarial, mas sim por meio do contemplar da relação de interação empresa/sociedade da perspectiva sociológica, da configuração de uma tipificação da empresa enquanto *persona* ativa e atuante no ambiente social.

A partir do contato com a bibliografia identificamos a necessidade de trabalhar com narrativas, pois a configuração do narrar perpassa todo o trabalho, desde a configuração textual e imagética do objeto, até a percepção de como esse objeto aborda alguns aspectos presentes no mundo da vida, retratando-os na dimensão da configuração narrativa de agenciamento dos fatos. Essa percepção adveio das leituras sobre a fenomenologia hermenêutica de Paul Ricoeur (1994), o imaginário de Durand (1998) e as narrativas sobre Amazônia de Amaral Filho (2008; 2011), Bueno, M. F. (2002), Costa, V. M. T. (2011), Dutra (2009) e Gondim (2007).

Apesar de Ricoeur (1994) apontar caminhos teórico-metodológicos para a análise do objeto, ele não desenvolve propriamente em seus trabalhos uma aplicação prática da proposta de interpretação de narrativas a partir da fenomenologia hermenêutica, por isso foi imprescindível fazer o estado da arte deste método de análise, identificando autores que desenvolvem pesquisas e análises orientadas pela teoria ricoeuriana. Após este levantamento, percebemos que a proposta orientada por Ricoeur (1994) é frutífera e discutida no campo da Comunicação, porém, ainda pouco encontrada em análises práticas de objetos empíricos. Por esta razão, na dimensão prática da análise metodológica, nos apropriamos do método desenvolvido por Motta (2013, p. 140) para análise crítica da narrativa, conjugando, conforme indica o autor “com procedimentos da narratologia pragmática”.

Em função da abrangência da proposta de análise de Motta (2013), que aponta vários caminhos teórico-metodológicos para análise crítica da narrativa, que, dependendo da escolha do analista, podem ir por caminhos tanto estruturalistas quanto fenomenológicos, fizemos um recorte metodológico específico da parte da obra que é de inspiração ricoeuriana e que aponta para sete movimentos de análise da narrativa.

#### 4.1 Os sete movimentos da análise narrativa

Para dominarmos a trama conceitual e obtermos a compreensão prática de uma narrativa devemos ser capazes de responder às questões-chave da narrativa, como “por quê?”, “quem?”, “como?” e “onde?”. Estas devem conduzir ao entendimento da ação por meio da ligação entre os membros, que possuem entre si uma relação de intersignificação. A intriga ocorre no plano da narrativa como uma imitação da ação, que é inerente ao mundo pré-narrativo, ou o que Flusser (2014) denomina de pré-histórico, pois estaria localizado antes da história escrita, num mundo pré-concebido, no qual está situada a mimese I de Ricoeur (1994).

Porém, para tecer a intriga, é necessário que possamos identificar uma ação, quais seus caracteres temporais e o que a torna digna de ser colocada em uma narrativa, para que esta não seja apenas uma sequência de frases, mas uma trama de fato, que se utiliza de traços discursivos, características estruturais, simbólicas e temporais, que se estrutura para construir uma relação de sentido entre fins, agentes, meios e circunstâncias que fazem parte da ação e que atuam em uma ordem. Caso essa ordem seja alterada, toda a narrativa se altera ou perde o sentido.

Em relação à estrutura da ação, sabemos que ela possui especificidades que possibilitam que seja identificada como tal. A ação é crucial para a tessitura da intriga, consiste naquilo que o personagem realiza, que é digno de nota, que efetivamente ‘acontece’. Porém, para definir de fato no que consiste a ação, é necessário observar seus contornos, ou bordas. Uma ação precisa de um tempo para acontecer, precisa fazer algum sentido no mundo, e ser, portanto, estruturada. Sobre ela podemos fazer perguntas que resultam no conhecimento de seu primeiro elemento definidor: as estruturas. Estas, coincidem com as perguntas que concernem ao processo comunicativo: quem, fez o que, por qual razão, em que circunstância, para quem, produzindo que efeitos?

A dimensão simbólica do mundo também é responsável por caracterizar uma ação. Afinal, esta só tem sentido por fazer parte do mundo simbólico, assim como sua própria razão de existir só pode ser interpretada a partir do conhecimento dos códigos culturais que a compõem. Na ausência do conhecimento prévio dos elementos simbólicos/culturais, a ação e, consequentemente, a narrativa se arriscam a parecer ininteligíveis.

O último elemento responsável por caracterizar a ação, o tempo, é objeto de maiores discussões na obra de Ricoeur (1994). Afinal, a ação só existe porque tem duração, possui um tempo de execução, e também só pode ser compreendida dentro do seu tempo. Se desconectada dele, também corre o risco de recair na incompreensão. Fator que explica porque os fatos

históricos precisam de uma explicação conjuntural, para que as gerações atuais possam entender sua razão de ser.

Na narrativa jornalística, o fator temporal torna-se um imperativo ainda mais importante, pois trabalha-se, no jornalismo, com o “tempo-agora”, o qual Ricoeur (1994, p.98) investiga com base na filosofia agostiniana que aponta para uma abordagem linear do passado, presente e futuro, como sucessões de ‘agoras abstratos’, percebidos no instante em que acontecem.

No tempo da história, ocorre a tessitura da intriga, que pode ser denominada de síntese do heterogêneo, pois tem a função de sintetizar os elementos numa mesma história, de forma organizada no tempo e no espaço. Ou seja, a narrativa puxa o tempo da narrativa para o tempo linear. Para Ricoeur (1994), seguir a história é apreender os episódios que, ordenados de forma lógica, conduzem a uma determinada conclusão.

Podemos, portanto, a partir da construção narrativa, fazer previsões, projeções, imaginar os resultados de determinadas ações e ainda retroceder na ordem temporal e imaginar suas causas. Baseados em histórias e conhecimentos precedentes que coletamos ao longo da vida no mundo pré-narrativo, ou seja, fincados na tradição narrativa, caminhamos em direção à inovação, à nossa própria interpretação da narrativa, que só é possível por meio do encontro do mundo do autor com o mundo do leitor, o que Ricoeur (1990) chama de “boa leitura” e que está relacionado ao que Motta (2007) denomina de “contrato cognitivo”.

Motta (2013) propõe um método para análise crítica dos processos de comunicação narrativa que privilegia dois planos: o plano da história e o plano da expressão. O autor, propõe sete movimentos para se empreender a análise fenomenológica da narrativa. O primeiro deles é “compreender a intriga como síntese do heterogêneo” (MOTTA, 2013, p. 140), no qual propõe que a intriga aglutina fatos que poderiam parecer aleatórios, fortuitos, porém quando agenciados dentro da intriga, eles se organizam e convergem para um sentido, que o autor denomina “revelação”, e compreende como um processo de desdobramento feito pelo analista da narrativa.

Para analisar a síntese do heterogêneo, o analista precisa compreender muito bem o encadeamento da história, o princípio, o meio e o fim, “observar, decompor e recompor, enfim, a sintaxe narrativa. A sintaxe aqui é da história, não do discurso” (MOTTA, 2013, p.141). Por isso, verificar também o encadeamento dos eventos, o uso de recursos linguísticos como hipérboles, metáforas, repetições, entre outras. Verificar também o comportamento dos personagens e os tipos de ações que realizam dentro da intriga, os pontos de virada na trama, as continuidades, as retomadas, os conflitos menores que constroem a trama maior, a relação entre os eventos, que pareciam soltos e são retomados, e o posicionamento do narrador em

relação à trama, os efeitos dramáticos, o léxico que ele utiliza, os enquadramentos e a perspectiva que ele adota para contar a história. O autor recomenda a utilização de palavras-chave como recurso quantitativo para se empreender uma análise lexical e também a construção de um resumo-síntese da estória (MOTTA, 2013, p.145), contendo os principais elementos da intriga.

O segundo movimento que o autor propõe é a compreensão da lógica do paradigma narrativo (Ibidem, p.146). Para trabalhá-lo, ele parte do pressuposto de que o narrador ao contar uma estória tem a intenção de persuadir, de convencer o leitor de que aquilo que ele diz é interessante e verossímil. Para que isto ocorra, é necessário se observar a lógica dos possíveis (MOTTA, 2013, p. 148), que está presente na contiguidade das ações que adquirem um contorno temporal dentro do tempo da obra. As ações deixam de ser episódicas, dissonantes, dentro da narrativa e passam a compor a intriga verossímil, inteligível. Essas ações são dispostas pelo narrador de forma a causar efeitos no leitor fora do mundo da obra; mundo que, quando o narrador atingir seu objetivo, terá provocada em si as tensões, o clímax, a surpresa e as demais emoções articuladas narrativamente dentro do texto.

Ao terceiro movimento, Motta (2013, p.160) denomina como “deixar surgirem novos episódios”. Segundo o autor, ele se refere aos episódios relativamente autônomos que às vezes se dispõem dentro da narrativa principal. Esses episódios devem ser observados com cuidado, pois muitas vezes são utilizados pelo narrador como uma estratégia semântica para provocar o leitor com efeitos dramáticos e para construir sentidos na trama como um todo. O analista da narrativa deve identificar e nomear esses episódios “de acordo com a relação sintagmática deles no interior da estória” (MOTTA, 2013, p.161).

O quarto movimento denomina-se “permitir ao conflito dramático se revelar” (Ibidem., p.166) e consiste na identificação dos conflitos dramáticos, que, para o autor, são os “*frames* cognitivos”, enquadramentos que organizam e possibilitam a sequência narrativa. Motta (2013) considera que toda narrativa é um projeto dramático e salienta que, à exceção de Paul Ricoeur, todos os demais autores da narratologia negligenciaram o conflito, ou, “o discordante”, conforme termo cunhado pelo próprio Ricoeur.

Motta (2013) chama a atenção para os enquadramentos, pois a partir deles é possível identificar as intenções do narrador. Pela forma como ele dispõe os personagens em cada *frame*, pela voz e visibilidade que dá a cada um deles e pela relação que se estabelece entre eles podemos interpretar a narrativa mais amplamente e compreender sua mensagem.

O quinto movimento refere-se justamente aos personagens e Motta (2013, p. 172) o chama de “metamorfose de pessoa a persona”. O autor ressalta a importância da persona na

narrativa, que nem sempre consiste num ser humano de fato, mas em alguma coisa que adquire uma personalidade dentro da trama, pode ser um objeto, um animal ou mesmo uma pessoa, mas o que identifica a persona é a tipificação que o personagem assume, demonstrando características dos arquétipos humanos. Mesmo na narrativa jornalística, na qual geralmente os personagens correspondem a pessoas reais fora do mundo narrativo, há uma construção em torno da personalidade da persona que pode variar de acordo com a intenção do narrador, pois “mesmo no discurso objetivo do jornalismo [...] deve ficar claro que o analista não está examinando a realidade, mas uma narrativa sobre a realidade” (MOTTA, 2013, p.192), ou seja, a análise que deve ser feita não é sobre a realidade do mundo da vida, mas sobre a configuração da intriga narrativa e a persona dentro dessa trama.

Motta (2013) evidencia a ambivalência presente nos personagens do texto jornalístico, pois, ao mesmo tempo em que ele é construído pelo jornalista, ele também passa por um processo em que o leitor completa o círculo hermenêutico da compreensão e interpretação do texto, ao se identificar com o personagem e projetar arquétipos nele. A dificuldade encontra-se na confusão presente na narrativa jornalística, que se pretende de caráter fático, na qual os personagens são constantemente confundidos com seres de carne e osso.

O sexto movimento consiste nas “estratégias argumentativas” e nele se centraliza a figura do narrador, que no jornalismo pretende-se objetivo e fático, porém Motta (2013, p. 196-197) esclarece que

as narrativas realistas utilizam uma linguagem referencial para vincular sempre os fatos ao mundo físico, mas criam incessantemente efeitos catárticos, como na ficção. A retórica dessas narrativas estimula permanente jogo entre as intenções do narrador e as interpretações do receptor. É quase sempre polissêmica, polifônica, híbrida, transitando contraditoriamente nas fronteiras entre o objetivo e o subjetivo, denotação e conotação, descrição fática e narração metafórica, *realia* e poética, premissas mais verossímeis ou menos verossímeis, *logos* e *mythos*. Cabe ao analista capturar as sutilezas desse jogo de contrários.

Cabe também ao analista perceber nas entrelinhas aquilo que o narrador tenta dissimular. Para isso é preciso compreender a diferença entre as estratégias de produção de “efeitos do real” (MOTTA, 2013, p. 199) e de “efeitos estéticos de sentido” (Ibidem., p.203). No primeiro o narrador tenta apagar as marcas de seu discurso da composição da narrativa, para dar a impressão de que os fatos estão se contando sozinhos, sem uma mediação, que estes são evidentes e acontecem para o leitor no momento em que são contados, visto que esse tipo de texto é centrado no momento presente. Outra característica comum desse recurso é a utilização de tabelas, gráficos e números, assim como a fala de alguma autoridade no tema da narrativa para indicar precisão e domínio técnico do assunto tratado. Já no segundo efeito, acontece o

contrário, a trama se humaniza e provoca no leitor um sentimento de identificação, demanda do analista um vasto conhecimento da linguagem, dos códigos culturais, símbolos e mitos, pois se utiliza de recursos muito mais subjetivos e complexos.

O sétimo e último movimento da análise, Motta (2013, p. 204) denomina como “permitir às metanarrativas aflorar”. Este movimento faz referência às questões de fundo da narrativa, à moral contida na história, à razão ética na qual se configura sua razão de ser. Ele está ligado às questões culturais que existem, em geral, fora do texto, e conta com a intertextualidade e a bagagem semântica do leitor. É nesse movimento que o círculo hermenêutico se completa, pois para compreender esse sentido do porquê da existência da narrativa o leitor

introduz nos marcos de referência dos seus próprios antecedentes culturais, seus imaginários, sua memória, sua compreensão prévia do mundo que inclui suas expectativas concretas, seus horizontes, interesses, desejos, necessidades e experiências (MOTTA, 2013, p. 208).

Para esse movimento de análise, o autor recomenda que o analista faça o mesmo percurso do leitor, porém de forma cuidadosa, menos intuitiva, com mais atenção e foco nos detalhes, anotando impressões pessoais, dúvidas e observações.

#### **4.2 Objeto de análise: Revista Amazônia Viva**

A revista *Amazônia Viva* é um editorial mensal, encartada no jornal paraense *O Liberal*, na primeira quarta-feira de cada mês. Ela circula no estado do Pará desde setembro de 2011, é composta por cerca de 70 páginas coloridas (o número de páginas pode variar de acordo com cada edição) no formato 25cm x 30cm, com tiragem de 35 mil exemplares por edição.

A publicação tem uma proposta diferenciada, de pautar uma Amazônia que não estava sendo pautada. Segundo editor chefe da revista *Amazônia Viva*, Felipe Melo (informação verbal)<sup>6</sup>, a ideia inicial era a de produzir um material que trabalhasse a Amazônia de uma perspectiva diferente do usual. O editor acrescentou que o projeto foi pensado e proposto pelo presidente das Organizações Rômulo Maiorana, patrocinado e apoiado pela empresa Vale. À época, Melo era então um jornalista recém-contratado do jornal e aponta que a equipe aprendeu a fazer a revista, desenvolvendo-a na prática.

De acordo com o editor, apesar de ser patrocinada por uma empresa privada, a revista possui liberdade de escolher as pautas, sendo algumas delas convergentes com os temas

---

<sup>6</sup> MELO, Felipe. Entrevista concedida à pesquisadora. Belém: 13 dez. 2015.



relacionados à patrocinadora. Porém, o editor adverte que a equipe jornalística busca dar a maior imparcialidade possível ao texto, dentro dos temas tratados. Por isso, ele não definiria a revista como uma mídia institucional, defendendo que a essência desse material gráfico se mantém a mesma desde a primeira edição, que é a de buscar inovações, de mostrar o que acontece e o que é produzido na Amazônia atualmente, em termos de ciência, cultura, arte, e, inclusive, produção industrial (informação verbal)<sup>7</sup>.

O editor define o público jovem como o principal público-alvo da revista, o que se reflete na valorização do design, do projeto gráfico e do trabalho do ilustrador e do fotógrafo, como forma de torná-la mais atraente para este público. Ao trabalhar o interesse que o design desperta na nova geração, Flusser (2013, p. 135), lembra-nos que sua própria geração foi programada por textos, para ‘ler’ o mundo; porém a nova geração não compartilharia dos mesmos valores do autor, pois, programada por imagens eletrônicas, constitui-se como uma geração que demanda, para reter sua atenção, muito mais conteúdo visual que a anterior.

Lipovetsky (2015) atribui essa mudança na percepção da geração atual a uma nova etapa do que ele denomina “capitalismo artista”, no qual o design desempenha papel central na comunicação. Assim como Flusser (2013), ele entende o designer como uma espécie de “deus-criador”, por ter a capacidade de criar mundos e alterar a realidade. O design incorporou características que antes eram atribuídas apenas às obras de arte, como “raridade, distribuição em galerias, trabalho sistemático de comunicação-promoção” (LIPOVETSKY, 2015, p. 240).

Para Felipe Melo, além do público e do design, outro diferencial da *Amazônia Viva* consiste no objetivo das matérias, que é não focar nas deficiências da região amazônica, mas nas soluções, nas boas iniciativas, mostrando seus aspectos positivos. Os temas principais que compõem seu conteúdo vão da sustentabilidade e biodiversidade à cultura e à ciência na Amazônia, com colunas fixas sobre personalidades paraenses do meio artístico, científico ou cultural. Ela é produzida em parceria com pesquisadores, universidades e instituições de pesquisa, desenhando-se, portanto, como um objeto de pesquisa rico e multifacetado.

#### **4.2.1 A dimensão estética da revista**

A construção de sentidos passa pela questão: o que orienta o interesse do leitor em relação à revista? O capital simbólico da empresa patrocinadora se expõe na forma de uma narrativa que prima pela dimensão estética e por um design afetivo, cuja ornamentação “propõe

---

<sup>7</sup> MELO, Felipe. Entrevista concedida à pesquisadora. Belém: 13 dez. 2015.

formas de qualidades sensíveis, centradas no imaginário do conceitor e nas emoções do consumidor [...] estilos voltados para as ressonâncias imaginárias e poéticas, distrativas e sensitivas que podem despertar no consumidor” (LIPOVETSKY, 2015, p. 250).

O interesse do novo consumidor, além de movido por questões sociais, também se orienta pelo consumo estético, pois vivemos um momento em que todo o sistema econômico, da cadeia produtiva até o consumidor final, está impregnado pela dimensão estética. E é essa dimensão que define o consumo, seja de um produto, ou de uma ideia.

Nas indústrias de consumo, o design, a moda, a publicidade, a decoração, o cinema, o show business criam em massa produtos carregados de sedução, veiculam afetos e sensibilidade, moldando um universo estético proliferante e heterogêneo pelo ecletismo de estilos que nele se desenvolvem. (LIPOVETSKY, 2015, p.13-14).

Segundo Amaral Filho (2008, p. 67), vivemos e desenvolvemos uma cultura do consumo que se depurou até fazer parte do nosso próprio comportamento. Ela se origina nas nossas práticas, nos nossos hábitos e é disseminada “por uma estimulação coletiva do sistema de capital, agendada pela mídia”. O autor aponta as sociabilidades que advêm do consumo, cuja aquisição do bem já não é uma ação que possui um fim em si mesma, mas se vincula a padrões estéticos socialmente construídos e estimulados, que ultrapassam a própria funcionalidade daquilo que é comprado. Por isso nos deparamos hoje com a dimensão estética se capilarizando nas mais variadas esferas de consumo, o que se reflete na variedade abundante de estilos

de design, de imagens, de narrativas, de paisagismo, de espetáculos [...] o capitalismo está na origem de uma verdadeira economia estética e de uma estetização da vida cotidiana: em toda parte o real se constrói como uma imagem, integrando nesta uma dimensão estético emocional que se tornou central na concorrência que as marcas travam entre si. (LIPOVETSKY, 2015, p. 14).

Esta supremacia da dimensão estética se reflete no grande volume de produtos midiáticos que apelam à sensibilidade dos consumidores, explorando dimensões “estético-imaginárias-emocionais” de maneira deliberada, com as quais o leitor/espectador possa se identificar. Segundo Loureiro (informação verbal)<sup>8</sup>, a própria arte, que durante muito tempo foi resistente à submissão da lógica do dinheiro e do capital financeiro, e cuja finalidade única era

---

<sup>8</sup> LOUREIRO, João de Jesus Paes. Entrevista concedida ao programa Doc Bio da Academia Amazônia da Universidade Federal do Pará. Belém: 26 fev. 2016. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=OP9wjBRd2Ds>>. Acesso em: 26 jul. 2016.

a contemplação estética por si mesma, sem necessariamente procurar agradar aos sentidos ou gerar lucros, hoje já é encontrada usualmente como uma arte mais comercial, criada com a intenção de agradar aos sentidos de seus consumidores e diminuir os riscos de rejeição por parte deles.

Para Lipovetsky (2015), não há nada mais sublime do que a arte, pois ela permite suportarmos a face hedionda e sem sentido do mundo real, porém, sob o estatuto da arte, acaba sendo permitido ao artista estetizar todos os elementos do mundo real. Essa estetização chega até nós de forma massiva após a Segunda Guerra Mundial, quando se inicia um ciclo mercantil de produção estetizada e a difusão desse conteúdo por meio das mídias de massa como cinema, TV, publicidade, moda, design, música, entre outros. Esse processo inaugura o que o autor chama estilo de vida estetizado.

Com a sociedade de consumo de massa se impôs uma cultura estética de massa, tanto através dos novos valores celebrados (hedonismo, ludismo, divertimento, moda...) como através da proliferação dos bens materiais e simbólicos impregnados de valor formal e emocional. De fato, o universo industrial e comercial foi o principal artífice da estetização do mundo moderno e da sua expansão democrática. (LIPOVETSKY, 2015, p. 27).

O autor denomina o período que estamos vivendo de “era transestética”, pois a arte é a dimensão que domina o mundo da vida cotidiana, quebrando as barreiras históricas que antes opunham arte e indústria, cultura e comércio, criação e divertimento. Hoje é possível termos acesso a uma arte industrializada, à cultura como produto onde a criatividade é um imperativo para chamar a atenção dos novos consumidores com um perfil de consumo estético e turístico do mundo. “Depois da arte-para-os-deuses, da arte-para-os-príncipes e da arte-pela-arte, triunfa agora a arte-para-o-mercado”. (LIPOVETSKY, 2015, p.28)

Apesar de se localizar em uma perspectiva teórica diferente da de Flusser (2013), é possível encontrar similaridades entre o que Lipovetsky (2015) denomina de era transestética e o que para Flusser (2013) se constitui na pós-história, uma era do domínio das imagens sobre a escrita. Lipovetsky (2015) aponta como característica dessa nova era a fabricação de uma nova forma de consumo, que se aporta na estética, se consolida como valor de afirmação da identidade dos indivíduos. Já Flusser (2013) nos mostra uma redução do espaço político, causada pela sobreposição da imagem em relação à escrita, onde as imagens móveis são transmitidas para receptores imóveis. Ocorre, dessa forma, um esvaziamento do espaço político e uma supervalorização do consumo do belo, com a formação de uma geração de consumidores que perseguem uma satisfação baseada no consumo de imagens.

Essas imagens se conectam com a identidade de seus espectadores por meio dos hábitos de consumo que praticam, assumindo um grau de relevância extrema em aspectos da vida dessas pessoas, tanto na esfera coletiva quanto na individual. A apropriação e a assimilação dessas imagens se naturalizam a partir da familiarização.

Quanto mais difícil de se integrar uma publicação nas informações acumuladas, mais original ela é, ou seja, mais interessante. E quanto menos 'original' ela for, mais confortavelmente poderá ser incorporada. Esse é o critério para toda crítica da informação, e também para a crítica das imagens. (FLUSSER, 2013, p. 156).

Essa estrutura do apelo ao familiar, também é utilizada pela comunicação, tanto na publicidade quanto no jornalismo, como forma de facilitar a aceitação e incorporação de ideias, produtos e conceitos. Lipovetsky (2015) reflete sobre essa dimensão na reprodução artística, quando diz que o capitalismo artista é um sistema que produz uma “diversidade homogênea”, que promove a repetição na diferença e homogeneiza a pluralidade.

Talvez, compreendendo a necessidade da repetição para assimilação, Costa, V. M. T. (2011) e Dutra (2009) levantam a questão da repetição incessante das narrativas midiáticas de exotismo sobre a Amazônia. Repetidas desde a colonização, ganham mais espaço pelo teor sensacionalista em detrimento da visibilidade de narrativas realmente novas, que abordem componentes diversos e plurais sobre a Amazônia.

A revista *Amazônia Viva*, objeto empírico desta pesquisa, apesar de se afirmar para o público paraense como uma narrativa nova, produz uma estética que privilegia elementos típicos do imaginário amazônico, baseados em estereótipos repetidos desde os primeiros relatos dos viajantes e colonizadores, passando pelo discurso institucional do Estado até a mídia tradicional atual. Ultrapassar a fronteira da familiaridade é um desafio na comunicação orientada para o consumo, cuja zona de conforto se constitui em bases imagéticas e narrativas já consolidadas.

O consumo transtético amplia suas fronteiras para a cultura, para a identidade, para o mercado, e encontra como um difusor desse novo estilo a comunicação de massa, que, por meio da publicidade, difunde valores de consumo que procuram não focar no material, mas na experiência, na abstração da venda de ideais, sonhos, símbolos, imagens e promessas de felicidade, na busca por estimular o afeto e o imaginário daqueles que tenham contato com a mensagem. Uma das evidências sintomáticas dessa forma de consumo encontra-se na grande importância que nossa sociedade confere ao design, o que se reflete nos produtos industriais

(LIPOVETSKY, 2015) e que se estende a várias formas de comunicação, à publicidade, à televisão, às revistas, *sites* na internet, entre outros, que são trabalhados estilisticamente para que o design seja atrativo e envolva o imaginário e a sensibilidade.

As revistas regionais que configuram as narrativas de sustentabilidade, apesar de apresentarem matérias de interesse diverso, priorizam as estruturas que conduzam o leitor a impressões positivas dos temas trabalhados nas matérias e investem na estética e no design para preparar os sentidos de forma propícia para a assimilação dessa ideia. Observamos o uso corrente de elementos argumentativos típicos da narrativa da publicidade inseridos na narrativa jornalística. Portanto, além da propaganda tradicional, apresentada por meio de peças publicitárias, presente nas revistas, é possível encontrar outro tipo, menos explícita, distribuída em doses homeopáticas dentro do conteúdo da notícia.

Para Marshall (2003, p. 36), isso se deve a um processo da era pós-moderna, que provoca uma mutação no conceito de informação. Ele explica que há uma erosão de paradigmas, onde a informação “deixa de significar a representação simbólica dos fatos para se apresentar como um produto híbrido que associa ora publicidade, ora entretenimento, ora persuasão, ora consumo” tornando-se dessa maneira, “um veículo de transporte para várias e subjetivas intenções”.

O que se percebe é a existência de um discurso midiático atenuante, construído pelas narrativas de sustentabilidade trabalhadas pela publicidade inserida no texto jornalístico. O equilíbrio da notícia fica prejudicado pela visão configurada, a partir de elementos ficcionais, na qual se enquadra uma Amazônia em constante desenvolvimento, onde se realizam investimentos de sucesso, avanços científicos, acordos políticos com foco na sustentabilidade e desenvolvimento ecológico e humano.

Além disso, encontram-se os fatores estéticos atrelados à notícia, fenômeno denominado por Marshall (2003, p. 143) de “jornalismo estetizado”, o que, segundo o autor “transforma a realidade em pastiche, em simulacro, em mimese, esvaindo os sentidos e os conceitos sobre a própria realidade”. Ele identifica alguns elementos que caracterizam essa estetização, como “textos curtos, manchetes garrafais, infográficos, retrancas, *drops*, tabelas, fotos grandes e chamativas, quadros explicativos, variedade de cores e recursos visuais múltiplos” (MARSHALL, 2003, p.142). Para o autor, tais elementos são recursos utilizados para fixar a atenção do leitor e atraí-los para o que é de interesse para a mídia e, no caso específico da revista, para a empresa patrocinadora, visto que, como ressalta Loureiro,

[...] a finalidade não é provocar uma contemplação gratuita e desinteressada, pelo contrário, a comunicação procura provocar uma contemplação interessada e comprometida, capaz de poder aderir à compra do objeto que está posto na publicidade por exemplo e aderir ao pensamento ou pelo menos acatar com interesse a leitura daquilo que os jornais mostram. (Informação verbal)<sup>9</sup>

A temática abordada representa a escolha de um meio de comunicação tipicamente jornalístico que busca reduzir o elemento ficcional da narrativa publicitária, usando por base fundamental a solidez de pesquisas, descobertas e desenvolvimentos científicos. Por meio da utilização da ciência na argumentação, dificulta-se a contestação por juízo de valor ou empirismo e a propaganda torna-se uma entidade difícil de questionar. À essa escolha midiática Marshall (2003) denomina “informação-publicidade”. Trata-se de uma forma de comunicação que já não se satisfaz apenas em ocupar os espaços próprios da linguagem publicitária, ela vai além e “pula o muro”, de forma a invadir o próprio território destinado à informação, tornando-se uma comunicação mestiça ou híbrida.

A revista *Amazônia Viva*, além da informação-publicidade, utiliza-se de recursos imagéticos que apelam ao fantástico, ao exótico e ao diferencial da região. O periódico é relevante por sua regularidade de publicação, pela sua estrutura editorial, que valoriza o design e a fotografia, contando com colunas fixas sobre personalidades paraenses do meio artístico, científico ou cultural. A dimensão estética da notícia fica evidente ao analisarmos o design gráfico da revista. De uma forma geral, ela exerce uma atração no leitor por meio da estética utilizada, uma estética sedutora, que Lipovetsky (2015, p. 250) denomina “design afetivo”, que se aproxima do consumidor pelo sentimento, pelo gosto, que estimula a fantasia e o imaginário, proporcionando um ambiente tranquilizador e servindo como um instrumento de encantamento estético, que proporciona uma experiência positiva para o leitor.

A forma de comunicação escolhida pela revista, que, como vimos, não é um fenômeno isolado, mas um reflexo de um fenômeno estético muito mais amplo: desloca o componente estético que antes era próprio das artes para o jornalismo, para a publicidade e para o fotojornalismo. O que difere esse componente quando utilizado na comunicação midiática é a finalidade. Ou seja, nas artes, a finalidade única da dimensão estética é a contemplação, fator que foge do desejo da publicidade (informação verbal)<sup>10</sup>, por exemplo, pois seu objetivo é

---

<sup>9</sup> LOUREIRO, João de Jesus Paes. Entrevista concedida ao programa Doc Bio da Academia Amazônia da Universidade Federal do Pará. Belém: 26 fev. 2016. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=OP9wjBRd2Ds>>. Acesso em: 26 jul. 2016.

<sup>10</sup> LOUREIRO, João de Jesus Paes. Entrevista concedida ao programa Doc Bio da Academia Amazônia da Universidade Federal do Pará. Belém: 26 fev. 2016. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=OP9wjBRd2Ds>>. Acesso em: 26 jul. 2016.

conseguir a atenção do seu público para a adesão a alguma ideia ou produto, por isso a real finalidade da publicidade e do jornalismo não é a estética pela estética, mas a estética como elemento atrativo, que prenda a atenção do leitor.

Essa estética é marcada pela presença em abundância desses recursos visuais, pelas fotografias com enquadramentos e iluminação diferenciados, pela presença de infográficos, cores, símbolos e imagens produzidas pela computação gráfica. Todos esses recursos são distribuídos ao longo da narrativa, e por mais que não se constituam na finalidade real da mensagem, a relevância dada a eles é evidente. Observamos algumas características que compõem um fenômeno recente pelo qual as mídias impressas e, mais especificamente o jornalismo, vêm passando (MARSHALL, 2003), causado pela concorrência entre o mundo impresso, o audiovisual e o digital. Em uma tentativa de conferir maior sedução às notícias, as mídias impressas adotam aspectos típicos da linguagem audiovisual e digital, de modo a tornar a “venda” de um produto, de uma ideia ou conceito mais sedutora e direta no entendimento da narrativa.

Esse novo modelo de composição da narrativa, fenômeno corrente no período que Flusser (2013) denomina de pós-história ou Era das Imagens, busca facilitar o encontro do mundo do leitor com o mundo do autor, se utilizando de mecanismos já conhecidos pelo primeiro e com os quais este já possui familiaridade. Esses mecanismos fazem parte das escolhas estruturais feitas pelo narrador, cujo objetivo principal é despertar o interesse para a leitura e a apreensão das ideias.

#### 4.2.2 Conteúdo da revista

A revista *Amazônia Viva* possui colunas fixas, cuja ordem pode sofrer pequenas variações a cada edição. Cada vez que a revista completa um ano (o que ocorre em setembro de cada ano) há uma reformulação dessas colunas. Algumas permanecem e se mantêm desde o primeiro ano da revista, outras saem e dão lugar a novas.

A primeira configuração da revista, que vigorou de setembro de 2011 a agosto de 2012 foi a seguinte:

**Quadro 1** - Estrutura da revista *Amazônia Viva*, set. 2011 - ago. 2012

Seção	Descrição
Editorial	Sempre escrito pelo editor, Felipe Melo, em texto com linguagem amistosa e pessoal, versa sempre sobre o tema da capa e da matéria de capa
Primeiro foco, o que é notícia na Amazônia	Apresenta matérias de temas diversos, chamadas no jornalismo de ‘matérias quentes’, por sua característica de serem atuais. Elas são, no geral, curtas e versam sobre ciência, tecnologia, meio-ambiente, entre outros

3 Questões	Entrevista curta de apenas três perguntas para alguma personalidade, em geral pessoas públicas ou que estão envolvidos em algum projeto
Carta aberta	Espaço em que a revista posta as mensagens dos leitores com comentários sobre o editorial e as matérias
Conceitos Amazônicos	Funciona como um pequeno dicionário e traz a cada edição palavras ou conceitos típicos do vocabulário amazônico, esclarecendo seus significados de maneira simples e contextualizada
Curiosidades da biodiversidade	Geralmente esta coluna apresenta matérias de uma página inteira sobre espécies de animais ou vegetais, ou ainda curiosidades e notícias diversas relacionadas a elas, como o desaparecimento de uma espécie, a catalogação de uma nova, entre outras
Olhares nativos	Coluna de fotografia, apresenta sempre imagens de pessoas ou de paisagens urbanas ou rurais da Amazônia, a foto sempre vem com um pequeno texto ao lado que funciona como legenda
Assunto do mês	Matéria principal da revista, normalmente é a maior matéria, ocupando de 6 a 12 páginas do editorial, geralmente localizada no meio da revista, após a coluna de fotografia “Olhares nativos”
Pense limpo	Matéria escrita sempre por um profissional com autoridade nos temas ligados ao meio-ambiente, biodiversidade ou sustentabilidade sobre iniciativas e inovações ligadas a esses assuntos
Vida em comunidade	Discorre sobre as atividades econômicas e culturais das comunidades de diversas regiões e municípios da Amazônia
Ideias verdes	Entrevista com autoridades científicas, políticos, empresários, acadêmicos e demais profissionais ligados ao meio-ambiente, à biodiversidade, ecologia e preservação sobre temas ligados à área de atuação do entrevistado
Outras cabeças	Texto de uma página escrito sempre por algum profissional cujo trabalho possui relação com temáticas como: meio-ambiente, ecologia, desenvolvimento sustentável ou similares, sobre temáticas de seu domínio
Cursos e carreiras	Apresenta alguma atividade profissional ligada ao meio-ambiente, à floresta ou ao ecossistema. Traz sempre algum profissional formado no curso que está sendo apresentado e aborda questões como mercado de trabalho, atividades que podem ser desenvolvidas na profissão escolhida, as possibilidades de trabalho e de formação, e inclusive as faculdades e universidades onde o curso de formação é ministrado
Memórias biográficas	Matéria curta, de uma a duas páginas, que sempre apresenta a biografia de alguma personalidade amazônica ou estrangeira, mas com história ligada à da Amazônia. Algumas vezes, o biografado é uma personalidade conhecida, outras vezes é alguém que, mesmo desconhecido do grande público, realizou algum grande feito. Geralmente apresenta a história de algum artista plástico, escritor, musicista, cientista ou inventor cuja obra lhe conferiu notoriedade ou foi importante para a região
Preocupações do cotidiano	Apresenta matéria sobre temas diversos que preocupam a população. Geralmente tem relação com o meio-ambiente e a sustentabilidade
Comportamento sustentável	Coluna que versa sobre a história de pessoas responsáveis por iniciativas positivas em relação ao meio-ambiente
Caminhos do ecoturismo	Trabalha uma proposta de roteiro ou destino de viagem em lugares turísticos da Amazônia
Boa história	Relata pequenos contos
Um dedo de prosa	Coluna de entrevista mais longa, geralmente quatro páginas, que traça um perfil do entrevistado. Normalmente os entrevistados são artistas, acadêmicos e personalidades da região amazônica
Coisas de criança	Apresenta jogos como palavras cruzadas, caça-palavras, labirinto e brincadeiras de colorir, cuja temática é sempre a fauna e flora amazônica. Assim apresentam-se nomes e imagens de espécies que habitam a floresta na forma de brincadeiras infantis
Agenda de eventos	Apresenta datas de congressos, fóruns, seminários e lançamentos de livros e apresentações culturais relacionados com a temática ambiental
Ecocharge	Vem sempre ao final da revista, na última página (contracapa), e, apesar de não estar listada no índice, a revista sempre é encerrada com ela. Nas charges são trabalhadas temáticas ligada à sustentabilidade e à ecologia.

Fonte: Elaborado pela pesquisadora



Na segunda configuração do índice da revista, feita para o segundo ano, que foi de setembro de 2012 a agosto de 2013, algumas mudanças foram realizadas. As colunas “Pense limpo”, “Coisas de criança”, “Caça-palavras”, “Cursos e carreiras” e “Caminhos do ecoturismo” foram substituídas pelas ilustradas no quadro a seguir:

**Quadro 2** - Seções incluídas no segundo ano da revista Amazônia Viva, set. 2012 - ago. 2013

<b>Seção</b>	<b>Descrição</b>
Imagina só...	Coluna que apresenta situações hipotéticas e quais seriam os prós e contras caso essas situações fossem realidade. As situações apresentadas são bem diversas, mas tem por tema algo relacionado à Amazônia
Calendário ecológico	Mostra os dias do mês em que se comemoram datas ligadas ao meio-ambiente, como dia de categorias profissionais que trabalham com esta área, além de outras datas como dia do rio, dos povos indígenas, do urbanismo, de combate à poluição, entre outros. Além disso, apresenta também pequenos textos com curiosidades sobre as datas mostradas, normalmente relacionando-as com a Amazônia ou alguma curiosidade ligando a data à região
Como você nunca viu	Coluna apresenta sempre uma fotografia aumentada de algum elemento ou ser da natureza e um texto curto, de uma página, sobre aquilo que está na foto. Os textos versam sobre curiosidades ou pesquisas e novidades sobre o elemento retratado na imagem
Pergunta que não quer calar	Busca responder perguntas comuns do imaginário popular, principalmente do imaginário popular amazônico, por uma perspectiva científica. O jornalista sempre entrevista alguma autoridade no tema tratado, que tenha domínio sobre o assunto, para dar um parecer a respeito
Quem é?	Traça o perfil de algum profissional da área de meio-ambiente, apresenta suas pesquisas, tempo de carreira, local onde trabalha e evidencia a importância de seu trabalho
Faça você mesmo	Substituiu a seção “coisas de criança” e apresenta um passo a passo para a criação e composição de algum objeto que demande habilidades apenas manuais

Fonte: Elaborado pela pesquisadora

A terceira configuração do índice, que entrou em vigor no terceiro ano da revista, de setembro de 2013 a agosto de 2014, excluiu as colunas “Imagina só...”, “Como você nunca viu”, “Outras Cabeças” e “Preocupações do cotidiano”, e incluiu outras seis novas, além de trazer de volta a coluna “Pense limpo” reconfigurada:

**Quadro 3** - Seções incluídas no terceiro ano da revista Amazônia Viva, set. 2013 - ago. 2014

<b>Seção</b>	<b>Descrição</b>
Pense limpo	Tornou-se uma espécie de seção dentro da revista, responsável por temas que tratem de arte e cultura
Fato registrado	Mostra algum registro fotográfico antigo e fala sobre ele, contextualiza a imagem, explicando o cenário da época e as mudanças pelas quais o lugar retratado passou desde então
Mudança de atitude	Incentiva um comportamento sustentável específico, cada mês traz uma sugestão diferente
Em números	Apresenta todo mês um tema diferente e todos os dados numéricos sobre esse tema, com uso de imagens e infográficos que facilitam a assimilação
Arte regional	Vem dentro da seção “Pense limpo” e apresenta textos sobre artistas ou iniciativas artísticas regionais de diversos tipos de arte, como música, grafite, pintura, entre outros

Na lista	A cada mês apresenta uma lista sobre um determinado tema, que são bem diversos entre si, vão desde a lista de utensílios domésticos que consomem mais energia até a lista das principais festas folclóricas da Amazônia
Novos Caminhos	Versa sobre temas atuais e faz reflexões sobre assuntos ligados à sociedade, economia, meio-ambiente e comportamento

Fonte: Elaborado pela pesquisadora

O quarto ano da revista, que vai de setembro de 2014 a agosto de 2015, é o que apresenta um índice mais extenso, retirando apenas a seção “Na lista” e incluindo dez novas, principalmente relacionadas às mídias sociais na Internet:

**Quadro 4** - Seções incluídas no quarto ano da revista Amazônia Viva, set. 2014 - ago. 2015

Seção	Descrição
As mais curtidas	Vem logo no início da revista, junto à correspondência com o leitor, e apresenta as matérias ou imagens que mais se destacaram nos perfis do periódico nas três redes sociais que a equipe editorial utiliza para divulgação ( <i>Facebook, Twitter e Instagram</i> )
Amazônia connection	Espaço que apresenta alguma notícia sobre a Amazônia no cenário internacional, como relação de parcerias com outros países, eventos internacionais e pesquisas internacionais relacionadas à região
Pergunta-se	Substituiu a “Pergunta que não quer calar”, porém mudou apenas a nomenclatura, permanecendo com o mesmo sentido e objetivo da anterior
Eu disse	Apresenta frases de personalidades acadêmicas, políticas, artísticas entre outras, sobre temas diversos, relacionados a economia, sociedade, ciência, ecologia, meio-ambiente, entre outros
Applicativos	De canto de página, que sugere aplicativos úteis e interessantes para se utilizar no dia a dia
Como funciona	Descreve algum objeto ou processo e demonstra como funciona, em um passo a passo e com desenhos que facilitem o entendimento do leitor acerca do objeto ou processo descrito
Deu n’O Liberal	Apresenta imagens de alguma matéria antiga do jornal <i>O Liberal</i> , que tenha relação com as temáticas trabalhadas pela revista, com um texto detalhando o ocorrido e a data em que o fato aconteceu, reforçando assim a relação da revista <i>Amazônia Viva</i> com o jornal
Eles se acham	Descreve animais que mimetizam outros, ou seja, bichos que parecem ser ou que imitam outros bichos. Em geral, a matéria vem escrita junto a uma foto do animal em questão e com uma narrativa que contém a explicação científica do porquê de o animal se assemelhar ao outro ou procurar imitá-lo
Desenhos naturalistas	Matéria de pouco mais de meia página que traz a imagem de alguma arte naturalista, com detalhes sobre a obra, explicação do contexto em que foi feita, bem como sua importância
Bons exemplos	Apresenta boas iniciativas de indivíduos ou entidades que, por iniciativa própria e com seus próprios recursos, dedicam seu tempo e esforços em prol da sociedade ou do meio ambiente

Fonte: Elaborado pela pesquisadora

Além das seções e matérias jornalísticas, dentro do periódico podemos encontrar dois informes publicitários da Vale, patrocinadora da revista. O primeiro localizado logo no começo, na contracapa, páginas dois e três (Figura 1) e o segundo (Figura 2) sempre no meio da revista, pouco antes da matéria principal.

Figura 1 - Contracapa da revista Amazônia Viva, n. 43, mar. 2015



Fonte: O LIBERAL, 2015b, p. 2-3.

Figura 2 - Informe publicitário no interior da revista Amazônia Viva, n. 43, mar. 2015

Informe Publicitário

**Trilhos de desenvolvimento.**

Além de minérios, a Estrada de Ferro Carajás, que percorre 27 localidades entre povoados e municípios entre o Pará e o Maranhão, leva cargas, como soja e combustíveis, que contribuem para o abastecimento da região. A cada nova viagem, o trem da Vale reforça ainda mais o grande compromisso da empresa com o desenvolvimento e com a qualidade de vida das pessoas.

Para muitas destas dezenas de localidades, o trem é o único meio de locomoção. Atualmente, em média, 1.300 passageiros utilizam o serviço de transporte da Vale por dia e 350 mil ao longo do ano. O veículo faz o percurso completo da viagem São Luís - Parauapebas e Parauapebas - São Luís, passando por cinco estações ferroviárias e dez pontos de parada.

Neste ano, entra em operação na EFC o trem de passageiros, totalmente modernizado, com 39 novos carros.

Informe Publicitário

**Uma estrada que cresce.**

A Estrada de Ferro Carajás lidera o ranking dos ferrovias mais eficientes do Brasil, graças ao constante investimento em tecnologia. Atualmente, vive, ainda, uma nova transformação, que irá aumentar a capacidade logística total, com a expansão de 507 km de linha férrea, a ser construída ao longo do ano.

Estas obras fazem parte do S11D, o projeto que será um verdadeiro marco na expansão mineral da região, ampliando sua produção de minérios de ferro e, consequentemente, a atuação da Vale no mercado mundial.

Informe Publicitário

**Outros caminhos do desenvolvimento.**

A Estrada de Ferro Carajás é apenas um dos avanços que a Vale traz para a nossa região. Muitos outros projetos foram realizados nos 30 anos de operação da empresa no Pará. Aqueles que vão além da atividade mineral e que ajudam na expansão dos municípios sobre a Vale atua.

Conheça, nas próximas publicações da revista Amazônia Viva, um pouco mais sobre o trabalho da Vale nestas últimas três décadas.

Siga a Vale nas redes sociais

f @valebrasil | i @valebrasil | t @valebrasil | y Vale | in @valebrasil

Fonte: O LIBERAL, 2015b, p. 33-34.

Este último ocupa mais espaço, de duas a quatro páginas da revista, com a informação “informe publicitário” no canto superior de cada página. Além da propaganda tradicional, encartada dentro de cada revista, encontramos um informativo regional das ações da Vale no Pará, que possui normalmente quatro páginas coloridas, impressas em papel cartão reciclado,

com a logomarca da empresa destacada no canto superior direito da primeira página e a palavra “notícias” destacada no título.

### 4.3 *Corpus* de análise

De um universo de 48 edições patrocinadas pela Vale, selecionamos para análise empírica 14 capas e matérias de capa da revista *Amazônia Viva*, presentes na coluna “assunto do mês”. Para chegarmos a este *corpus* utilizamos os seguintes filtros.

Primeiro, selecionamos as revistas que, desse universo total, tinham como tema de capa a sustentabilidade. Assim chegamos a 22 edições selecionadas no período de patrocínio da Vale, de setembro de 2011 a agosto de 2015. Respectivamente, são as edições número 1, 2, 3 e 4 (edições do ano de 2011); 6, 8, 10, 11, 12, 14, 15 e 16 (edições do ano de 2012); 19, 21, 22 e 24 (edições do ano de 2013); 29, 35 e 36 (do ano de 2014); e 41, 43 e 48 (ano 2015).

**Quadro 5** - Edições da Amazônia Viva com sustentabilidade como tema de capa

	Jan	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun	Jul	Ago	Set	Out	Nov	Dez
2011									X	X	X	X
2012		X		X		X	X	X		X	X	X
2013			X		X	X		X				
2014	X						X	X				
2015	X		X					X				

Fonte: Elaborado pela pesquisadora

Posteriormente, selecionamos as revistas que, dentre esse universo de 22 edições, tinham relação direta com a empresa patrocinadora, ou seja, apresentavam o nome da empresa ou de empresas controladas citado diretamente no corpo na matéria. Assim, reduzimos o *corpus* a 14 edições, respectivamente: 1, 2 e 3 (edições de setembro, outubro e novembro de 2011); 6, 8, 11 e 15 (fevereiro, abril, julho e novembro de 2012); 19, 21 e 22 (março, maio e junho de 2013); 29 e 35 (janeiro e julho de 2014); e 41 e 43 (janeiro e março de 2015).

**Quadro 6** - Edições da Amazônia Viva cujas matérias tinham relação com a empresa patrocinadora

	Jan	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun	Jul	Ago	Set	Out	Nov	Dez
2011									X	X	X	
2012		X		X			X				X	
2013			X		X	X						
2014	X						X					
2015	X		X									

Fonte: Elaborado pela pesquisadora

A partir desses recortes, selecionamos as revistas para análise, buscando compreender a construção narrativa sobre sustentabilidade.

#### **4.4 Método de análise**

A partir dos sete movimentos propostos por Motta (2013), com base na fenomenologia hermenêutica de Ricoeur (1994), empreendemos uma análise crítica da narrativa da revista *Amazônia Viva*, nos detendo no aporte teórico do qual Motta (2013) se apropria para trabalhar conceitos-chave, como tempo, ação, intriga e narrativa.

No total, os movimentos referentes à análise ricoeuriana são os sete que descrevemos. Estes, quando organizados por Motta (2013), correspondem respectivamente aos movimentos: de compreensão da intriga; de compreensão da lógica do paradigma narrativo; do surgimento de novos episódios; da revelação do conflito dramático; dos personagens; das estratégias argumentativas do narrador; e do despertar da metanarrativa. Percorremos a totalidade dos movimentos, sempre que possível, pois às vezes a narrativa não contempla todos eles, e também não seguimos em todas as análises, a ordem orientada por Motta (2013), visto que na tessitura das narrativas eles ocorrem simultaneamente.

## 5 ANÁLISE CRÍTICA DA CONFIGURAÇÃO NARRATIVA

Empreendemos, neste capítulo, a análise empírica na tentativa de compreender os sentidos produzidos pela narrativa da revista *Amazônia Viva* em relação às duas categorias escolhidas: a sustentabilidade e a relação da temática textual com a Vale.

### 5.1 O desafio Amazônico de aliar desenvolvimento e preservação

A primeira edição da revista *Amazônia Viva* apresenta um gavião real na fotografia de capa, uma ave rara e ameaçada de extinção (Figura 3). Não percebemos a utilização de cores fortes e nem a predominância característica do verde, que para Amaral Filho (2011) constitui-se como um dos padrões intrínsecos da imagem conceitual da Amazônia como marca. Porém o mesmo não ocorre no interior da matéria de capa. No que se refere a conteúdo fotográfico e de design, observamos uma abundância imagética, bem como a predominância do verde, fotos aéreas (tanto de paisagens urbanas quanto rurais) e de espécies animais. De um total de nove imagens, contando com a capa, a figura humana aparece apenas em uma, em uma cena na qual várias pessoas seguram e medem uma ave, remetendo a uma ideia de cuidado.

Figura 3 - Capa da Revista Amazônia Viva, n. 1, set. 2011



Fonte: O LIBERAL, 2011a

As imagens refletem um distanciamento típicos da linguagem espetacular, pois conforme indica Amaral Filho (informação verbal)<sup>11</sup>, “o espetáculo parece ter lugar ali onde os corpos se observam à distância”. Esse espetáculo, que acontece em outro lugar, apresenta-se como inacessível ao espectador enquanto participante; ele apenas participa na condição de observador, e a aproximação se dá na forma de convite ao olhar.

Em relação à narrativa escrita, já de início percebemos, como primeiro movimento de compreensão da intriga (MOTTA, 2013, p. 142), a escolha de um léxico específico, que se relaciona semanticamente com a sustentabilidade, como no exemplo da capa, na qual lemos em destaque a palavra “preservação”, mas também encontramos os termos “desenvolvimento”, “ambiental” e “lixo”, que também remetem ao grupo de vocábulos ligados ao termo sustentabilidade. Ao longo do desenvolvimento do texto, que possui entre fotos (sem contar a da capa) e narrativa escrita, um total de seis páginas, é possível perceber uma clara divisão temática, que reparte o texto em cinco episódios ou, conforme especificado no terceiro movimento de Motta (2013, p.160), cinco “unidades básicas” que demarcam episódios.

Essas unidades ou episódios narrativos, podem ser divididas em cinco palavras-chave, respectivamente: floresta, investimento, preservação, arborização e desmatamento. As finalidades de cada uma são diversas, porém, formam uma narrativa única, que compõe o “drama principal” (MOTTA, 2013, p.169), delineando o *frame* estruturador da narrativa. Dentro dessa diversidade, observamos que o primeiro episódio busca situar o leitor do panorama do desmatamento na Amazônia, que se constitui o drama principal da narrativa (Ibidem., p.167). O segundo, com título próprio “Investimento inteligente se alia à natureza” apresenta a política da empresa Vale no que diz respeito ao desmatamento. O terceiro (em box separado e ilustrado pela fotografia de um macaco-guariba), apresenta o Parque Zoobotânico de Carajás. No quarto, o leitor é transportado para a zona urbana, cidade de Belém, e situado a respeito da política de arborização da cidade. E o quinto, também com título próprio “De encontro à conservação”, se refere ao poder público e faz uma síntese da ausência de políticas eficazes de preservação ambiental no espaço urbano.

O texto é abordado com base na estratégia argumentativa (MOTA, 2013, p. 201) de buscar distanciamento por parte do narrador, o que se reflete na tentativa de evitar a utilização de adjetivos e adjetivações. Algumas expressões nesse sentido aparecem ao longo das seis

---

<sup>11</sup> AMARAL FILHO, Otacílio. Informação fornecida durante aula da disciplina Mídia e Espetáculo, ministrada pelo Prof. Dr. Otacílio Amaral Filho, no Programa de Pós-Graduação Comunicação, Cultura e Amazônia (PPGCom/UFPA). Belém: 17 nov. 2015.

páginas em raras utilizações de expressões como “maior floresta do mundo”, “imenso verde”, “grande guerra” contra o desmatamento, “belos horizontes”, “maiores reservas do Brasil”, todas expressões que explicitam o sentido de grandeza buscado pelo narrador. Outra característica desse distanciamento recai no recurso denominado por Motta (2013, p. 200) de “estratagema de referenciação do narrador para construir efeito do real”, que consiste no uso abundante de dados numéricos, medidas, porcentagens e datas como ratificação de fala, que, unidos, “naturalizam o discurso narrativo [...] realizam a tarefa de convencer o leitor de que o texto é uma representação fiel da realidade do mundo” (Ibidem., p.201).

O peso do discurso direto pende para a balança da ciência; apenas quatro personagens “de carne e osso”, além dos animais (que não são personificados no texto), são citados. Eles não atuam diretamente na narrativa, e, em decorrência disso, não produzem enfrentamentos entre si. Todos eles ocupam o lugar de fala de autoridade no assunto abordado e, desse modo, buscam orientar a interpretação do leitor, explicando termos técnicos, traçando projeções e fornecendo datas e previsões, reforçando a produção de efeitos do real. Três deles são representantes de entidades acadêmicas e um representante do Estado, porta-voz da Secretaria de Meio Ambiente.

O primeiro episódio apresenta ao leitor um panorama geral do tema que será discutido, e é desenvolvido logo após o título da matéria, “O sinal verde para a preservação” (O SINAL..., 2011). É provável que, por ter a pretensão de situar o leitor do drama principal da narrativa, que reside no conflito desmatamento *versus* preservação, ele abuse da utilização da palavra “floresta” e correlatos como “vegetação” e “áreas verdes”; a própria Amazônia aparece poucas vezes diretamente na narrativa.

Nos sentidos evocados por termos positivos e negativos, percebemos que na apresentação do cenário atual (referente a 2011, quando a matéria foi escrita) pelo narrador, apesar de sugerir que “a flora e a fauna da Amazônia têm enfrentado com êxito o avanço da devastação na região, revertendo o padrão histórico que opõe desenvolvimento e meio ambiente” (O SINAL..., 2011, p. 28), ele se utiliza amplamente de termos que remetem a sentidos contrários ao de preservação, como “desmatamento”, “devastador”, “desflorestamento”, “exploração”, “atividades insustentáveis”, “ameaçados” e “extinção”. Estes predominam em proporção quase de dois para um, sobre os termos com sentidos positivos, como “cuidado”, “sobrevivência”, “conservação”, “manejo certificado” e “ambientalmente correto”, o que orienta o leitor a construções semânticas negativas, sobretudo por este primeiro episódio se encerrar dizendo que mesmo com o êxito na diminuição do padrão de devastação ambiental, ainda continuamos longe dos padrões esperados. No que diz respeito



à preservação, o autor finaliza com dois sentidos nos quais reside o fundo moral da narrativa, percebido na análise do sétimo movimento proposto por Motta (2013, p.205): a ideia da necessidade de aumentar ações que promovam a preservação ambiental e da apatia do Estado diante dessa necessidade.

Esta escolha para o final, contrasta com o segundo episódio narrativo, que tem por título “Investimento inteligente se alia à natureza” (O SINAL..., 2011, p. 30), e desde o primeiro episódio, começando pelo título, já fornece ao leitor indicações de que a resolução do conflito será positiva. Como este quadro é destinado a Vale e suas ações, o nome da empresa é citado diversas vezes, ao contrário das palavras de sentido negativo, cuja utilização ocorre apenas uma vez, na forma do termo “desmatamento”. No sentido inverso, expressões semanticamente positivas, como “área preservada/protegida”, “sustentabilidade”, “preservação”, “reservas florestais”, são utilizados frequentemente.

O terceiro episódio apresenta o Parque Zoobotânico, mantido na Serra dos Carajás pela Vale, e segue a mesma tendência do segundo, que está localizado na mesma página, preenchida inteiramente pelos dois episódios. Porém, continua na página seguinte, por meio de fotos e infográfico. Este terceiro acrescenta aos termos positivos alguns novos, como “formação de consciência”, “manejo da biodiversidade”, “matas preservadas” e “riquezas locais” e menciona o nome da Vale algumas vezes. Nenhum termo contrastante é identificado nesta pequena narrativa fechada, que explica no que consiste o Parque Zoobotânico, exceto ao lado das imagens dos animais, em que a expressão “risco de extinção” é utilizada na legenda de três das quatro imagens (O SINAL..., 2011, p. 30-31).

A partir do quarto episódio notamos uma mudança brusca na temática, que inicialmente reporta a um ambiente rural, da floresta, e aborda o problema do desmatamento. A partir deste, troca de cenário para o ambiente urbano da cidade de Belém e, ao invés de desmatamento, o foco principal passa a ser a arborização (O SINAL..., 2011, p. 31-32). Pela primeira vez na narrativa, o “poder público” figura como personagem da história, associado a sentidos negativos, como incapaz de conciliar o crescimento urbano com a preservação da cobertura vegetal das cidades. Aparece também um outro personagem, os “cidadãos” ou a “população”, que são tratados pelo narrador como um todo despersonalizado. Neste episódio os dados numéricos são escassos, utilizados poucas vezes. Apesar de ilustrado por uma imagem aérea, na qual aparece uma vasta cobertura vegetal, a legenda mostra uma frase adversativa, que indica um sentido de que esta imagem é exceção, e que essa condição é provisória. Portanto, observamos uma introdução a um sentido trágico, com referência a um “desmatamento” causado por uma ocupação urbana “desordenada e acelerada” (O SINAL..., 2011, p. 32).

No quinto episódio, o narrador retoma a temática deixada no primeiro, que versa sobre o desmatamento da floresta. A palavra “desmatamento”, junto com “desflorestamento”, é repetida por ele várias vezes até o final do texto, assim como outras que também remetem ao trágico, como “estragos” e “devastação” (em destaque no título de um mapa que ilustra a página). A utilização de mapa e gráficos comparativos representa boa parte da narrativa, que compara as áreas verdes do município de Belém na parte continental e insular (O SINAL..., 2011, p. 33).

## 5.2 10 Boas ideias para transformar a Amazônia

Com o título “10 boas ideias para transformar a Amazônia” em destaque na capa e a imagem de pessoas manuseando mudas de planta (Figura 4), a segunda edição da revista *Amazônia Viva* constrói sentidos que sugerem a ideia de colaboração entre os três grandes personagens da narrativa, que não correspondem a pessoas, porém a entidades personalizadas, convertidas em *personas* na representação narrativa (MOTTA, 2013, P.192): sociedade civil, iniciativa privada e instituições de pesquisa.

Figura 4 - Capa da Revista Amazônia Viva, n. 2, out. 2011



Fonte: O LIBERAL, 2011b

Percebemos, na configuração narrativa, a busca de apoio em exemplos do mundo da vida, para construir e solidificar o argumento do desenvolvimento “racional” do potencial da

região, configurado correntemente pela narrativa de sustentabilidade, que predomina no mercado atual, e que remonta à narrativa de racionalização trabalhada na Amazônia desde o período colonial, iniciada na Política do Diretório (COSTA, V. M. T., 2011, p. 43), que transformava o índio em colono, “agricultor produtivo à metrópole”, na visão eurocêntrica.

Para os autores que entendem o passado da Amazônia, até então, como desviante com relação ao processo de ocupação e ao desenvolvimento brasileiro, a política do Diretório representa o ‘período da prosperidade’. Época em que há a primeira grande tentativa de desenvolver a região, racionalizá-la e integrá-la ao restante do país. (COSTA, V. M. T., 2011, p.44).

Esse sentido, que amarra a moral contida na narrativa, referente ao sétimo movimento de análise proposto por Motta (2013): reforça o discurso de “conferir racionalidade” e ratifica sentidos consolidados do imaginário estrangeiro sobre a Amazônia.

Na configuração do *frame* principal, à qual a capa se refere, em destaque, visualizamos a imagem de um relógio reciclado na primeira página e se compreende de antemão a sustentabilidade como temática dominante, assim como a abordagem dos princípios que a envolvem, divididos em quatro eixos principais: ecologicamente correto, economicamente viável, socialmente justo e culturalmente diverso (SILVA NETO, 2010; SACHS, 2009), com o uso equilibrado entre o que a sociedade civil precisa da natureza e o que está sendo proposto pelos personagens da narrativa, incluindo entre esses as empresas como *persona*, dotada de personalidade tipificada dentro da narrativa; entre elas a Vale.

A narrativa desta segunda edição da revista *Amazônia Viva* pode ser dividida em 10 pequenas narrativas independentes, mais uma introdução. Esta, como forma de conduzir o leitor ao universo semântico da sustentabilidade, recorre à repetição do termo diversas vezes, assim como se utiliza também recorrentemente de expressões ligadas a esse universo semântico, como “meio ambiente”, “recursos naturais” e “gestão ambiental” (10 BOAS..., 2011, p. 26-27).

Na primeira parte dessa introdução, o narrador contextualiza as criações humanas e o avanço tecnológico, vinculando-o ao desenvolvimento de um pensamento mais sustentável, e aproveita para introduzir a Vale, ligando-a à narrativa por meio de exemplos de utilização de “tecnologia” e “gestão ambiental”. A utilização de exemplos dentro da narrativa produz efeito de realidade, pois, ao leitor, tende a parecer mais verossímil algo que o narrador afirma possuir correspondência no mundo da vida. Esses exemplos não retiram da narrativa seu caráter narrativo, mas conferem a ela uma singularidade: “um jogo de linguagem situado entre a narrativa da história (realista) e a literária (imaginativa)”. (MOTTA, 2013, p. 200).

O final da introdução está orientado para o leitor, pois, o narrador confere responsabilidade também à sociedade civil, na qual o leitor está incluso, pela gestão ambiental. Para isso ele utiliza exemplos de medidas às quais o leitor pode aderir “dentro de casa” e explica os benefícios que essas medidas trazem, reforçando uma relação causal entre as práticas executadas e as consequências positivas (10 BOAS..., 2011, p. 27).

As outras 10 narrativas independentes fazem referência às “10 boas ideias” mencionadas no título da matéria (10 BOAS..., 2011, p. 28-37). Elas dividem a narrativa principal em 10 partes, que carregam juntas o fundo moral da narrativa principal, presente no sétimo movimento de análise: a sustentabilidade e a ideia de que há uma corresponsabilidade pelo futuro do planeta entre a sociedade civil e as empresas. É importante frisar que o Estado aparece pouco, apenas em uma das dez narrativas menores e como alvo de crítica. O narrador utiliza os personagens do texto como exemplos e constrói um sentido vinculador do Estado à burocracia e dificuldades (10 BOAS..., 2011, p. 36).

A sociedade civil predomina como protagonista, com *persona* tipificada dentro de seis dos dez episódios narrativos. Logo após vem a Vale, como protagonista de três deles, e outra empresa protagonizando um episódio apenas. Dentro da categoria sociedade civil, percebemos a presença do representante: de uma Organização Não Governamental (ONG); de um arcebispo da Arquidiocese de Belém; de estudantes; empresários; e professores, todos como personagens principais das intrigas secundárias.

Em relação às intrigas, Ricoeur (2010) considera que toda composição narrativa, independente do gênero ou “modo”, pode ser considerada intriga. O que o autor chama de narrativa constitui-se no “agenciamento dos fatos” (RICOEUR, 2010, p. 65), que incorre em uma representação do que acontece no plano da vida. Os atos, aparentemente isolados e fortuitos, são agenciados, colocados em uma ordem de sentido, de forma que contenham entre si uma relação lógica, no processo chamado síntese do heterogêneo.

Sobre os personagens, objetos do quinto movimento proposto por Motta (2013), percebemos que são apresentados dados objetivos, como profissão e nome, porém o texto não é composto por muitos adjetivos, e o narrador não trabalha a trama de modo a construir uma empatia entre o leitor e os personagens que aparecem nas histórias. Muitas vezes ele se utiliza de discurso direto; porém esse recurso aparece apenas quando há intenção de explicar algum processo sobre o qual o personagem tenha autoridade técnica. De modo geral, esses personagens são técnicos e membros destacados da sociedade civil, como professores, empresários, pesquisadores, engenheiros e até membros da igreja.

Nas três narrativas secundárias que a Vale protagoniza, percebemos uma diferença na composição textual, pois todas apresentam uma explicação didática do processo que é tema da narrativa de sustentabilidade, seja ele o sistema de reaproveitamento de água seja a produção de biocombustível a partir do dendê ou ainda o reaproveitamento da borracha dos pneus dos veículos descartados pela empresa. Percebemos também uma utilização elevada de números e, nos três casos, discurso direto de personagens técnicos de instituições de pesquisa ou parceiras, além de funcionário da empresa, responsável pela execução do projeto. Esse recurso reforça a referencialidade de autoridade “para dizer e poder dizer (a dimensão de poder técnico, perito ou político) que autentica e legitima a relação” (MOTTA, 2013, p.201).

O vocabulário utilizado nessas três narrativas se repete e, em sua maioria, relaciona-se semanticamente com o conceito de sustentabilidade, como em: reaproveitamento, reuso e reutilização. Nas narrativas protagonizadas pela sociedade civil, eles também aparecem, porém com menor frequência. De modo geral, o texto, na forma, é configurado para criar “condições de verdade” (Ibidem., p.201), pois o uso excessivo de dados e de discurso direto de personagens tipificados como peritos no tema confere ao texto efeitos de realidade e uma aparência transparente.

### **5.3 O novo arvorecer do milênio**

A terceira edição da revista apresenta na capa a fotografia do interior de uma floresta, com quatro homens ao centro da imagem, de costas, com destaque perceptível para as árvores, suas folhas e troncos (Figura 5). O texto principal versa sobre projetos de sustentabilidade e parcerias entre o setor público e privado, como uma forma de preservar a floresta. Ainda na capa, em outra chamada, vemos a expressão “economia verde”, essa expressão será retomada várias vezes na construção narrativa da seção principal da revista.

**Figura 5** - Capa da Revista Amazônia Viva, n. 3, nov. 2011



Fonte: O LIBERAL, 2011c

O verde é termo que evoca um sentido recorrente na narrativa de vínculo com a floresta e, nas narrativas pós-Segunda Guerra, vinculado com a própria sustentabilidade. Ele está ligado ao padrão das imagens de representação da Amazônia segundo Amaral Filho (2011), remontando às narrativas dos primeiros cronistas europeus que a denominavam tanto de paraíso, quanto de inferno verde.

A seção da capa, denominada “assunto do mês” (APRENDENDO..., 2011, p. 31), também utiliza a palavra parceria, e esta pode ser considerada o tema central da narrativa ou *frame* cognitivo. A narrativa pode ser dividida em seis partes, que se comunicam por episódios, com alguns *frames* cognitivos que são narrativas independentes. Juntas, elas configuram o drama completo e contêm um fundo moral que se desvela no sétimo movimento de análise da narrativa, por meio da temática da cooperação. Logo no quadro introdutório, o narrador evoca a temática da importância da cooperação e parceria, assim como introduz o conceito de “economia verde” para facilitar a compreensão do leitor.

O autor faz uso de expressões metafóricas para se referir à Amazônia, como “a menina dos olhos do mundo”, dessa forma produzindo efeitos estéticos de sentido no leitor e gerando efeitos simbólicos, que visam “promover a identificação do leitor com o narrado” (MOTTA, 2013, p.203). É possível perceber a abundância de palavras cuja semântica dialoga com a sustentabilidade, tais como: desenvolvimento, equilíbrio, conservação, corresponsabilidade,

recursos naturais e biodiversidade. Porém o autor faz contrapontos, arbitrando o entendimento do leitor ao oferecer dados de fontes distintas; menciona também “impactos” e “destruição”, como forma de suscitar diversos estados de espírito, como o medo, diante da iminência de uma tragédia ou efeito negativo (Ibidem., 203). O único personagem que é apresentado ao leitor nesse episódio é coordenador de uma ONG, que é apenas citado, sem apresentar nenhuma fala retratada em discurso direto dentro do texto; por isso assume posição secundária e figurativa.

O segundo episódio reporta sugestões para o Estado e trabalha novas perspectivas para políticas públicas ambientais. O narrador, apesar de não se colocar na narrativa, utiliza recursos numéricos para criar efeitos do real e de correspondência da informação narrativa com o mundo da vida (APRENDENDO..., 2011, p. 32-33). “O abundante uso de números e estatísticas nas narrativas jornalísticas confere também precisão ao relato [...] São, igualmente, estratégias de linguagem cujo objetivo é repassar uma ideia de rigor, veracidade” (MOTTA, 2013, p. 202). O narrador menciona exemplos que existem fora do mundo do texto e o relaciona com a Vale, fazendo a ponte de ligação para o terceiro episódio.

A terceira parte da construção narrativa constitui-se, ela mesma, em uma pequena narrativa fechada, um *frame* secundário (APRENDENDO..., 2011, p. 34). Ela se apresenta com um design trabalhado, na forma de um infográfico, com dados, datas, tabelas, números e projeções para o futuro, com construção textual característica do “jornalismo estetizado” conceituado por Marshall (2003, p. 143). O narrador opta por uma linguagem pedagógica, deixando isto claro no título “entenda como funciona o mercado de compra e venda de créditos de carbono”, e, por meio do infográfico, demonstra o processo e direciona a compreensão do leitor.

A utilização de dados concretos e numéricos produz efeitos de convencimento, pois trabalha no terreno do possível, do verossímil que se comunica com o mundo da vida. Outra estratégia do narrador para a produção desse efeito encontra-se no equilíbrio da linguagem entre técnica e didática. De posse dos dados, ele se posiciona com autoridade sobre o tema abordado.

O quarto episódio dá continuidade à temática do carbono, porém, com uma abordagem diferenciada, apesar de ainda se utilizar de gráficos, com valores, datas e projeções, a personagem principal da narrativa passa a ser a Vale (APRENDENDO..., 2011, p. 35). O narrador utiliza estratégias de aproximação com o leitor, como o uso de metáforas, a começar pelo título destacado na parte superior do texto “O exemplo começa dentro de casa”. Neste caso, a palavra “casa” está para a “Amazônia”, como a palavra “exemplo” está para a “Vale”. Percebemos, na análise deste quinto movimento dentro da proposta de análise de Motta (2013) a metamorfose da empresa, de ente despersonalizado a *persona*, “com traços antropomórficos

replica na representação dramática qualidades, atitudes e comportamentos próprios do ser humano” (MOTTA, 2013, p. 172).

Por meio desse recurso da personificação, o autor conta com a identificação leitor/personagem, para que o leitor se aproprie do termo “casa” e assuma que a narrativa se refere a sua própria casa. A partir daí ele introduz as empresas privadas no cenário, evidencia a importância delas por meio da expressão “têm papel fundamental” e, após isso, introduz especificamente a Vale, por meio de um exemplo de ação da empresa em prol de uma economia baseada no “baixo carbono”, que aparece seguido de vários dados numéricos, porcentagens e dados específicos, bem como um gráfico ilustrando os exemplos. É possível identificar um personagem em discurso direto, ligado ao exemplo citado, porém a personagem principal, que aparece como protagonista da narrativa, é a empresa.

Os dois últimos *frames* cognitivos também seguem a mesma linha dos anteriores e se configuram como narrativas com sentidos completos e independentes, porém se mantendo a mesma temática das anteriores. No quinto quadro, novamente identificamos as palavras “cooperação” em destaque no título e também “parcerias”, desde a introdução do texto (APRENDENDO..., 2011, p. 36). Neste, o número de personagens é mais abundante, porém eles não são especificados, são trabalhados no plural pelo narrador, de acordo com suas categorias. Ele se refere aos personagens como “estudantes”, “pesquisadores”, “representantes do poder público”. Porém, dentre o todo, um discurso é retratado diretamente pelo narrador: o de uma professora, responsável pelo evento descrito na matéria. Percebemos então a escolha do narrador pela despersonificação de alguns personagens, abordados por categorias profissionais, e não individualmente, juntamente à evidência a outros, colocados na narrativa de maneira ativa, em discurso direto.

A palavra “Amazônia” é bastante recorrente na construção textual, visto que a floresta funciona nesse *frame* secundário tanto como cenário, quanto como personagem central, elevada à condição de *persona*, tornando-se “o eixo do conflito em torno do qual gira toda a intriga” (MOTTA, 2013, p. 174). O narrador não se preocupa em apagar suas marcas discursivas e aumenta a quantidade de adjetivos em relação às outras partes do texto, utilizando expressões como “beleza ímpar” e “produção imensa”.

A última narrativa secundária dessa seção principal da revista apresenta-se ao lado da foto de um homem, que ocupa metade da página (APRENDENDO..., 2011, p. 37). O personagem retratado na imagem é também central na trama escrita, por ser chefe da ONG retratada como um dos exemplos de parceria, configurados na narrativa completa. Ele não aparece em discurso direto, mas suas ações e sua pessoa são retratadas na matéria associadas a



termos com valoração positiva, que explicitam seu esforço em prol do meio ambiente; construção similar à da tipificação do herói. As expressões utilizadas para marcar essa condição do personagem são “consciência verde” e “ambientalista”. Estas, contrapostas discursivamente pelo narrador a outras expressões de sentidos semanticamente negativos, demarcam a contraditória dualidade que produz a intriga e gera os conflitos na narratologia moderna (MOTTA, 2013, p.175), como “degradação”, “trabalho escravo”, “sistema predatório”, “abertura de pastagens” e “gado pirata”.

As palavras “Amazônia” e “floresta” aparecem com grande frequência no espaço de uma coluna de texto. Portanto, ocupam papel de centralidade na construção discursiva. O narrador configura o fundo moral da narrativa ao versar sobre preservação e as vantagens financeiras que a preservação representa no panorama desenhado e agenciado pelo narrador.

#### **5.4 Por que é preciso educar para o meio ambiente?**

Na edição de número 6 da revista *Amazônia Viva*, a partir da aplicação do primeiro movimento de análise, a narrativa apresenta-se dividida em sete partes. Para efeito desta pesquisa, a dividimos em seis, pois após a verificação da conexão entre os eventos e o agenciamento dos episódios, percebemos que duas partes discorrem sobre o mesmo assunto e do mesmo modo, com narrativa bem similar. Fica evidente nesta um conteúdo mais pedagógico do que nas demais, constituindo-se a educação para a sustentabilidade o tema principal, tanto da capa (Figura 6) quanto na narrativa principal da seção “assunto do mês” (LIÇÃO..., 2012, p. 36).

Assim como nas outras edições, é possível perceber, com base no quarto movimento de análise (MOTTA, 2013, p. 204), que a narrativa principal é construída com a configuração de várias narrativas menores ou vários *frames* cognitivos, que se constituem em dramas independentes e que poderiam ser perfeitamente matérias individuais. Porém, eles são unidos pela metanarrativa, que se explicita na comunhão de mesma escolha temática e de finais similares.

A capa da revista apresenta duas crianças plantando uma muda, sob a supervisão de um adulto, juntamente a uma chamada de capa que diz “Por que é preciso educar para o meio ambiente?”, introduzindo o cunho pedagógico trabalhado na narrativa já no título e subtítulo, ao utilizar palavras como “aprendizado”, “conhecimento”, conscientização” e “escola” Esse cunho pedagógico revela a essência do objeto (Ibidem., 207), desejos e aspirações no narrador,

que culminam no melhoramento de uma situação que é exposta e trabalhada na composição da intriga.

Figura 6 - Capa da Revista Amazônia Viva, n. 6, fev. 2012



Fonte: O LIBERAL, 2012a

O primeiro *frame* (LIÇÃO..., 2012, p. 37) introduz a importância da educação ambiental e trabalha a narrativa de corresponsabilidade entre Estado e sociedade civil pela educação de crianças e jovens em relação a esse assunto. A sociedade civil vem apresentada pelo narrador na imagem da família, e o Estado vem projetado na escola e nas instituições de ensino. Os personagens desse primeiro quadro são todos do ambiente educacional, pesquisadores, uma professora de Biologia e uma pesquisadora da área de educação ambiental.

O narrador se apoia no discurso direto dos personagens. Tece uma narrativa leve, contudo, com poucas marcas discursivas pessoais, apenas se utilizando de algumas metáforas como recurso de linguagem, a exemplo das expressões “sala de aula da vida” e “lição de casa”. Ele não utiliza palavras de sentido negativo, a exceção de “catástrofe”, utilizada apenas uma vez, o que denota a busca por uma “curva ascendente no transcurso narrativo” (MOTTA, 2013, p.207), que culmina na produção de sentidos e desfecho positivo para a intriga. O uso de vocabulário do grupo semântico ligado à sustentabilidade é recorrente e vai se repetir ao longo dos outros *frames*, portanto palavras e expressões como “meio ambiente”, “educação

ambiental”, “biodiversidade”, ecologia”, “desenvolvimento sustentável” e a própria “sustentabilidade” permeiam a trama toda e passam por todos os *frames* secundários até a conclusão do texto.

O segundo quadro mostra-se ainda mais pedagógico que o início do texto, pois ele constitui-se em um infográfico separado, que apresenta a evolução do pensamento ecológico no mundo, e tem por título “Tempo de preservar” (LIÇÃO..., 2012, p. 38-39). A defesa, preservação e proteção do meio ambiente atravessam toda a configuração textual, que vem ilustrada por imagens de expoentes do pensamento ecológico na humanidade, de Aristóteles a Emílio Goeldi, e por eventos que marcaram a história desse conceito no mundo, como a Eco-92 e a Rio +20.

Em espaço separado, mas ainda dentro da mesma temática de cronologia da ecologia, encontramos uma narrativa da história do conceito na Amazônia (LIÇÃO..., 2012, p. 39). O conteúdo continua pedagógico, porém, além do vocabulário ligado à ecologia e sustentabilidade, é possível notar um aumento no número de termos que evocam o sentido de catástrofe, tais como “desmatamento”, “degradação” e “desequilíbrio”. O narrador utiliza-se ainda do discurso direto de personagem considerado ativista da questão ambiental na Amazônia, para demonstrar as raízes do ativismo ambiental e como ele surge.

O terceiro *frame*, com um número maior de personagens e de discursos diretos, se pudesse ser resumido em uma palavra-chave seria “ecoescola” (LIÇÃO..., 2012, p. 40-42). Os personagens dessa parte da narrativa são atuantes justamente nesse universo: como estudantes de uma ecoescola, professores e a diretora, assim como chefes de instituições que gerenciam ou são responsáveis administrativamente pelos projetos praticados nessas escolas. Neste *frame*, o narrador se utiliza de maior quantidade de dados, de tabela, de um texto mais impessoal, com uma grande quantidade de vocabulário ligado às ações realizadas nas escolas, além dos utilizados nos demais *frames*, como “reciclagem”, “reutilizáveis”, “gestão”, “educação”, “consciência ambiental” e “hortas escolares”.

O quarto *frame* utiliza um recurso de interação e uma abordagem diferente. Ele apresenta um questionário que “mede” o engajamento do leitor nas causas ambientais e cuja proposta é que este descubra o quanto está praticando ações em prol da causa ambiental (LIÇÃO..., 2012, p. 43). Percebemos nesse quadro a retomada da ideia do primeiro, de corresponsabilidade da sociedade civil. O questionário “fala” diretamente para o leitor, pois utiliza tanto no título, quanto no resultado, o pronome de tratamento “você”; porém nas questões objetivas de marcar, as ações são conjugadas em primeira pessoa, “penso bem”, “uso”, “tento”,

“aproveito”, “evito”, “utilizo”, com uma narrativa mais pessoal e próxima, em que o narrador aproxima o leitor da realidade do tema, ao engajá-lo nas suas ações no mundo da vida.

Já o quadro número seis, retoma o mesmo tipo de narrativa dos quadros dois e três, pois aborda novamente a temática do projeto de educação para a ecologia e sustentabilidade, porém dessa vez para a área da pesquisa, com instituição pública de pesquisa gerenciando o projeto (LIÇÃO..., 2012, p. 44). Por conta da mudança no foco, percebemos um aumento nos vocabulários ligados ao mundo acadêmico, tais como: descoberta, zoologia, botânica, ciências humanas, ciências da terra, pesquisa e pesquisador. Seguindo a mesma estrutura dos demais *frames*, notamos a utilização de discurso direto de personagem responsável pelo projeto, neste caso um professor pesquisador, cuja fala dentro da narrativa tem conteúdo explicativo para o leitor.

O último *frame*, dentro da análise da lógica do paradigma narrativo, que compõe o segundo movimento de análise da narrativa (MOTTA, 2013, p.146), mantém um vínculo com os demais *frames* por meio da temática, que também possui enfoque na educação, porém a abordagem narrativa mostra-se completamente diferente. O título “Parque Zoobotânico oferece visita educativa” introduz um bloco de texto em quadro separado, com a imagem em perfil e de corpo inteiro de uma onça pintada na parte superior (LIÇÃO..., 2012, p. 45). A narrativa configurada neste quadro apresenta maior abundância de números e de dados, como a quantidade de visitantes, de espécies de animais, plantas, assim como a quantidade de visitas em relação ao contingente populacional da cidade, 153 mil pessoas para 97 mil visitas ao ano, segundo informações do Censo.

Ao analisar os verbos que indicam ação e circundam o nome do parque, encontramos “desenvolver”, “preservar”, “disseminar”, e adjetivos como “ferramenta afetiva e divertida”. Portanto, identificamos que a linguagem se torna mais pessoal nesse *frame* que nos demais. O nome da Vale é mencionado associado ao nome do parque completo “Parque Zoobotânico Vale” e o parque assume a centralidade da narrativa.

## **5.5 Arte e cultura reciclam atitudes**

A oitava edição da revista traz como fundo moral a narrativa da reciclagem, o que fica claro na imagem da capa, inteiramente verde, com o símbolo da reciclagem destacado em branco, e logo abaixo o título “Arte e cultura reciclam atitudes” (Figura 7). A abordagem é similar às utilizadas em outras edições, com pequenos *frames* cognitivos secundários dentro da grande história, que se configura na narrativa completa (RECICLE..., 2012, p. 26-33). Essa

história completa está dividida em cinco *frames* independentes, com temáticas complementares, que explicitam a lógica do paradigma narrativo, por meio do encadeamento escolhido pelo narrador, sendo o primeiro deles uma introdução à temática da educação ambiental (RECICLE..., 2012, p. 27). Essa, além de ser tema corrente, já abordado em outras edições, também é retomada várias vezes dentro desta edição, sob a forma de um novo termo, “arte-educação”.

**Figura 7** - Capa da Revista Amazônia Viva, n. 8, abr. 2012



Fonte: O LIBERAL, 2012b

Se na edição anterior a temática de fundo moral era a sustentabilidade nas escolas, com incentivo ao cultivo de hortas e de espécies vegetais, nesta o foco é a transformação de produtos que seriam descartados em arte; por isso a escolha do termo, repetido sete vezes a longo desse primeiro quadro. Percebemos, por meio da análise a curva narrativa, que vai de descendente para ascendente (MOTTA, 2013, p.207), elevando o sentimento da narração por meio da lógica degradação-melhoramento, do sentido negativo de descarte do produto ao positivo que culmina na reciclagem. Porém, a escolha dos tipos de personagens permanece a mesma: neste quadro os dois, que são citados em discurso direto, são professores pesquisadores que possuem autoridade científica no tema (RECICLE..., 2012, p. 27-28).

No segundo *frame* encontramos um conteúdo mais pedagógico, pois além do tema ser oficinas sustentáveis, metade do conteúdo narrativo apresenta-se para o leitor na forma de infográfico (RECICLE..., 2012, p. 29). O narrador constrói conteúdo informativo sobre conceitos relacionados aos assuntos abordados nas oficinas sobre reciclagem e fornece muitos dados numéricos sobre reaproveitamento de lixo, produzindo efeitos do real e também efeito dramático no leitor, para o qual a dimensão da importância da reciclagem é apresentada na forma de dados exatos, que torna o conteúdo verossímil e, portanto, persuasivo, conforme indica Ricoeur (2010), com base na Poética aristotélica.

Além do infográfico, um texto explicando o contexto e as ações do projeto é apresentado ao leitor. Nele, o vocabulário tende para a construção de sentidos positivos sobre a atitude de se engajar no projeto das oficinas retratadas na composição da intriga. Este recurso visa promover uma identificação do leitor com o narrado e o engajamento na história (MOTTA, 2013, p.203). Percebemos, no encadeamento dos fatos narrativos relacionados à reciclagem, a construção de uma curva ascendente de sentidos, com efeitos de melhoramento dentro da narrativa. Esta é construída no encadeamento dos fatos, ao colocar o leitor em contato com os verbos “respeitar”, “transformar”, “contribuir” e “colaborar” (RECICLE..., 2012, p. 29).

O *frame* seguinte apresenta outro projeto, dessa vez de designers que trabalham criando produtos a partir de materiais que seriam descartados (RECICLE..., 2012, p. 30). Os personagens da narrativa são os próprios designers, sendo dois deles apenas citados, e um colocado na narrativa em discurso direto. Os mesmos verbos do quadro anterior são retomados, porém acrescidos de sentidos ligados às ideias que geralmente possuem conexão semântica com o design, como “inovador”, “criatividade”, “diferente” e “charmosas”.

O quarto quadro narrativo insere a Vale na tessitura da trama, o nome da mineradora está intitula o projeto “Vale Música” e por isso é citado com frequência na composição da intriga (RECICLE..., 2012, p. 31). Este *frame* aborda um outro tipo de reciclagem que, segundo o narrador, trata-se da “renovação de ideias”. Percebemos nesse quadro uma narrativa mais pessoal, com utilização de marcas discursivas que buscam envolver a emoção do leitor e despertar uma identificação com o personagem. Isto se percebe quando o autor evoca “o sonho” do personagem, os “encantos” da música, a “coleção” de conquistas do projeto, o fato de o projeto “valorizar a pessoa e a vida” e de desenvolver a “autoestima” de seus membros.

Por meio desta composição narrativa, percebemos a tessitura da tragédia, no agenciamento de incidentes discordantes em relação à vida do personagem, que “a intriga torna necessário e verossímil” (RICOEUR, 2010, p. 79). O personagem, representado pela figura do aluno, sofre uma mudança de fortuna, permitida pela assistência e incentivo fornecidos pela

empresa. Outros personagens importantes para essa reviravolta na vida das pessoas contempladas pelo projeto, representadas na figura do aluno, são o maestro e a coordenadora do programa de música da Vale, a Orquestra Jovem Vale Música. Apesar de não ser mostrado nenhum dado numérico, o narrador traz conteúdo informativo para o texto, ao explicar como funciona e quais as etapas de participação do processo de seleção, quais os critérios, bem como todas as informações, para o caso de o leitor se identificar com o personagem e aceitar a verossimilhança da narrativa como possível no mundo da vida, a ponto de ter suscitado dentro de si o interesse em participar, assim como o personagem, do projeto musical.

O quinto *frame* revela outros dois projetos, um ligado a arte e espaço urbano, ao abordar poluição visual nas cidades e o trabalho de grafiteiros para mudar essa lógica (RECICLE..., 2012, p. 32-33). O outro – em um box separado –, retrata esculturas feitas com sacolas plásticas (RECICLE..., 2012, p. 33). Os personagens retratados pelo narrador são os grafiteiros, o escultor, e a comunidade; porém, apenas o grafiteiro e o escultor são colocados em discurso direto dentro da narrativa. O narrador constrói uma abordagem que produz menos efeitos estéticos de sentido do que a do quadro anterior, porém o discurso é carregado de palavras que remetem a sentidos positivos, em uma configuração narrativa ascendente, ligados à sustentabilidade, como “equilíbrio”, “conscientização”, “combate à poluição”, “pensamento verde”, “contribuir”, entre outros.

## **5.6 O grande valor da Amazônia para o mundo**

Nos títulos desta edição percebemos a ênfase conferida à palavra “grande” duas vezes, a primeira no título da capa “O grande valor da Amazônia para o mundo” (Figura 8) e a segunda no título da matéria principal “Amazônia que te quero grande” (AMAZÔNIA..., 2012, p. 24). Essa edição apresenta uma fotografia de capa com estética espetacularizada, na qual se vê um beija-flor de asas abertas em primeiro plano, em pleno voo, em tamanho maior, com predomínio das cores verde e azul, que também são escolhidas respectivamente para a palavra “mundo” e para a expressão “grande valor”. A narrativa (AMAZÔNIA..., 2012, p. 24-35) é configurada nos moldes enumerativos, com dez motivos pelos quais a Amazônia é importante para o planeta e para a manutenção da vida na Terra, a maior parte dos motivos está ligada a dois elementos representados pelas cores destacadas na capa, a água e a floresta. Alguns dos motivos, como manutenção da temperatura do globo e o abrigo à maior reserva de água doce do planeta, exercem efeitos dramáticos, pois envolvem toda a população mundial, inclusive o leitor, de modo a provocar identificação.

Figura 8 - Capa da Revista Amazônia Viva, n. 11, jul. 2012



Fonte: O LIBERAL, 2012c

Percebemos a utilização frequente de hipérbolos e superlativos na lista, como recurso de linguagem utilizado pelo narrador no primeiro movimento de análise (MOTTA, 2013), assim como a apropriação de muitos elementos do imaginário da região na configuração da trama. Entre eles, a escolha do narrador pela utilização do “tu”, logo no título, personificando a floresta e retratando o modo de falar do amazônida paraense, que utiliza na oralidade o pronome “tu” em vez do “você”.

Por ser uma narrativa enumerativa, na qual cada item é um pequeno texto fechado, optamos pela divisão em *frame*, que se constituem em quadros narrativos de sentidos completos. Pela introdução, no plano da narrativa principal, fica claro, desde o início, que a personagem protagonista desta história é a Amazônia, convertida pelo narrador em *persona*, sobre ela construíram-se conceitos, foram apresentados dados, números e foram feitos comparativos com outros biomas do mundo.

A lista de adjetivos cujo sentido tende para o superlativo é vasta e inclui, para falar da Amazônia ou de seus predicados, os seguintes termos: grande, maior (utilizado mais de 24 vezes no texto), inestimável, rica, vasta, muito importante, gigante, complexa, imensa, grandiosa, exuberante e deslumbrante (AMAZÔNIA..., 2012, p. 25). Todos esses termos remetem aos



estereótipos relatados desde o período da colonização pelos primeiros viajantes europeus que vieram para a Amazônia (GONDIM, 2007) e se reproduziram até os dias atuais, reforçados pelo discurso ufanista e integracionista dos governos militares e insistentemente repetidos pela mídia hegemônica (DUTRA, 2009). Um número enorme de dados também acompanha esses adjetivos, ou seja, quando o narrador fala na “maior biodiversidade do mundo”, ele busca produzir um efeito estético de sentido no leitor, e também busca produzir uma reação de admiração, espanto ou emoção. Porém, ao colocar junto desse superlativo o dado numérico, dizendo que a Amazônia sozinha concentra “60% de todas as formas de vida do planeta”, ele produz também efeitos do real.

Toda narrativa é um permanente jogo entre os efeitos de real (veracidade) e outros efeitos de sentido [...], mais ou menos exacerbados pela linguagem dramática. As narrativas utilizam uma linguagem referencial para vincular sempre os fatos ao mundo físico, mas criam incessantemente efeitos catárticos, como na ficção. A retórica dessas narrativas estimula um permanente jogo entre intenções do narrador e as interpretações do receptor. (MOTTA, 2013, p. 196-197).

Nesse sentido, a narrativa desta edição, híbrida e polissêmica, joga com os dois efeitos, ao compor a lista com todas as categorias pelos quais a Amazônia lidera em todos os quesitos os demais ecossistemas do planeta, buscando despertar no leitor uma impressão de emoção e credulidade ao mesmo tempo. Segundo Motta (2013, p.197), é papel do analista da narrativa “captar as sutilezas desse jogo de contrários” estabelecido pelo narrador.

Porém, não é só por meio de adjetivos que retratam a grandeza da região que o narrador configura a sua narrativa. Os termos que designam os sentidos negativos, vinculados aos problemas ambientais, também são largamente utilizados como contraponto, a exemplo de: mudanças climáticas, desmatamento, risco, colapso, queimadas, preocupações, elevação de temperatura, aquecimento, consequências graves, elevação do nível dos oceanos, derretimento de gelo, submersão de partes das cidades costeiras, contaminação, processos poluentes, apropriação de recursos, destruição, extinção, áreas exploradas economicamente, povos extintos e conflitos (AMAZÔNIA..., 2012, p. 25-35). Percebemos, portanto uma construção baseada na dialética do concordante/discordante, característica determinante da narrativa dramática, na qual há a fusão entre “o paradoxal e o encadeamento causal” (MOTTA, 2013, p.149), proporcionando efeitos ou ameaça de virada na narrativa, buscando, dessa forma, despertar o interesse do leitor por meio da adição da verossimilhança à composição da intriga, incluindo o componente “comovente e inteligível” (Ibidem., p.149) à trama.

O Estado aparece na narrativa na forma de instituições públicas de pesquisa que fornecem dados e, muito timidamente (em apenas um item dos dez da lista), como gestor, protetor e regulador do território geográfico no qual está localizada a Amazônia, ou seja, ele torna-se personagem secundário. A Vale aparece no último item da lista, cujo título é “A maior reserva mineral de ferro do mundo” (AMAZÔNIA..., 2012, p. 34), arrematando os sentidos configurados na conclusão da intriga principal. O foco da construção narrativa é a potencialidade e riqueza da mina, bem como a destinação do minério, com exemplos práticos de sua utilização no mundo do leitor. Neste item, nenhum problema ambiental é retratado e não há correspondência entre os conflitos provenientes da atividade predatória da empresa e o agenciamento dos fatos na narrativa.

Pinto (2012) revela que a mina de Carajás tinha a pretensão de aumentar sua meta de produtividade a partir do ano de 2016. De acordo com o autor, os números eram tão espantosos que as jazidas poderiam durar até 800 anos, se as metas de produção previstas no início do projeto fossem mantidas. Porém, com base no cálculo dessa nova meta, ela durará, segundo ele, cerca de apenas mais um século.

Aquele fantástico pacote de hematita compacta, com 600 metros de altura, espalhando-se por mais de 400 mil hectares de área, inteiramente lavrável a céu aberto (sem precisar, portanto, de dispendiosa mina subterrânea), que parecia infinito, inesgotável, não será mais do que história para nossos bisnetos. (PINTO, 2012a, p. 131).

Portanto, a partir da invisibilização dos aspectos conflituosos da narrativa, da não correspondência da dimensão de agenciamento da intriga com os fatos do plano da ação, percebemos o conflito na narrativa jornalística, na qual se confunde constantemente com a realidade em si mesma, que apesar de ser produto de uma narrativa fática (MOTTA, 2013, p.193), também contém o elemento ficcional da representação.

O narrador evidencia a parceria da empresa com órgãos públicos responsáveis pela conservação da floresta e destaca ações para recuperação das áreas afetadas pelas atividades da Vale. Assim, confere à empresa características positivas de *persona*. Alguns termos são importantes da perspectiva da construção de sentidos, para que se compreenda a abordagem narrativa escolhida para compor um sentido de compensação por parte da empresa que realiza a atividade de extração de minério, como: compromisso, parceria, conservação, recuperação, recomposição, estrutura de monitoramento, vigilância, combate a incêndios florestais.

## 5.7 Com um plano de manejo sustentável em mãos, comunidade pretende regularizar o turismo na ilha de Algodual

A capa da 15ª edição da revista *Amazônia Viva* apresenta a imagem paradisíaca de uma ilha, com duas pessoas de costas para o leitor, olhando na direção do mar. A cor azul predomina na paisagem e lê-se ao horizonte em letras maiúsculas e destacadas a palavra “Algodual”. O título completo da capa diz “Com um plano de manejo sustentável em mãos, comunidade pretende regularizar o turismo na ilha de Algodual” (Figura 9). A imagem, por si só, transmite calma e tranquilidade, assim como todas as demais fotografias presentes na matéria (UM PLANO..., 2012, p. 38-46), cuja temática versa sobre a vida na ilha, com cenas de paisagens e da população local executando tarefas do dia a dia.

**Figura 9** - Capa da Revista Amazônia Viva, n. 15, nov. 2012



Fonte: O LIBERAL, 2012d

Observamos que as fotografias, tanto da capa quanto da matéria principal apelam à ordem do espetacular, especificamente quando se refere à natureza amazônica. A estética espetacular das imagens e a alienação delas em relação ao real (DEBORD, 1997) se faz presente. Essa espetacularização se materializa no distanciamento, na inacessibilidade da

paisagem espetacular, mostrada de maneira idealizada, paradisíaca, que busca, pela estética do belo, orientar o olhar e a atenção do leitor para a imagem.

A matéria possui uma narrativa de caráter mais pessoal, pois o narrador não se esforça para apagar suas marcas discursivas, colocando inclusive a narrativa em primeira pessoa. A esse tipo de texto Motta (2013, p.198) denomina jornalismo literário, pois eles são híbridos entre jornalismo e literatura e possuem a característica de “escancarar seu caráter narrativo”

O texto trabalha a aliança entre sociedade civil e organizações privadas para a criação e manutenção de Áreas de Preservação Ambiental, considerando que Algodual é uma APA. A marcação do tempo também se assemelha à da narrativa literária, com a utilização de expressões que criam referencialidade geográfica (MOTTA, 2013, p.201) e temporal, como “no sobe e desce do barco”, “já no trapiche da ilha”, “ao descer do Veloz”, “ainda à noite”, “por volta das sete da noite”, “em cerca de meia hora”, “vinte minutos depois” (UM PLANO..., 2012, p. 38-43), por meio das quais o narrador transmite a passagem do tempo, o lugar onde a cena se passa e o encadeamento de ideias.

A história carrega um sentido poético, compondo imagens idílicas sobre a ilha de Algodual, também trabalhando os personagens nativos de maneira romantizada, criando assim um efeito de sentido de lugar paradisíaco, utilizando-se de hipérboles e adjetivos na descrição do ambiente no qual a narrativa se desenvolve. Algo similar aos relatos de Sir. Arthur Conan Doyle, em *O mundo perdido* (apud GONDIM, 2007, p. 225), nos quais o autor retrata a natureza amazônica de maneira espetacular:

[...] As aves eram abundantes; viam-se, principalmente, pernaltas, cegonhas, garças reais e íbis [...] ao mesmo tempo, por baixo de nós, a água cristalina estava cheia de vida, contendo peixes de todas as formas e de todas as cores imagináveis. [...] A paz profunda daquele estranho curso de água não era perturbada por qualquer presença de criatura humana. (DOYLE, s.d. apud GONDIM, 2007, p.225)

Percebemos na narrativa desta edição da revista, uma estética similar, com uma linguagem atualizada na forma, porém com os mesmos componentes descritivos no conteúdo da composição da narrativa, conforme o excerto:

No sobe e desce do barco Veloz, que atravessa o mar com um motor de 24 cavalos, a imensidão do Atlântico circunda o cenário, apresentando aos olhos uma porção de terra, ainda disforme para um olhar destreinado. [...] ambos observam os exércitos de mergulhões, maçariquinhos e gaiotas que refazem o percurso diário em direção aos minhais costeiros. (UM PLANO..., 2012, p. 39)

Percebemos, neste episódio, a narrativa estruturada segundo os parâmetros do imaginário pré-concebido sobre a Amazônia, conforme pesquisas de Bueno, M. F. (2002), Gondim (2007), Dutra (2009) e Costa, V. M. T. (2011), como lugar paradisíaco, com um modo de vida peculiar, simples e ao mesmo tempo cercado de grandiosidade, o que fica evidente nas hipérbolas, expressões de surpresa e no linguajar poético escolhido pelo narrador para falar tanto das paisagens, quanto da população local, a exemplo de “a lua beijava o mar”, “paraíso natural”, “caboclo perguntador”, “vida simples”, “coexistência entre homem e natureza”, “calmaria” e “uma rotina longe das preocupações”.

A narrativa é construída, nos três primeiros episódios, em pretérito imperfeito, na forma de relato, no qual o narrador busca transportar o leitor para a história, que, no total, possui quatro quadros de sentidos distintos. O primeiro descreve a ilha, os habitantes, as atividades que eles executam e as projeções para o futuro do lugar, do ponto de vista do narrador em relação à ilha, desde a chegada até a sua interação com a comunidade local (UM PLANO..., 2012, p. 39).

Já o segundo, trabalha uma narrativa mais técnica e informativa, por essa razão, é também mais didática, com a utilização de infográficos para explicar de forma simplificada e acessível ao leitor do que se trata uma APA (UM PLANO..., 2012, p. 40). Em seguida o narrador retoma a temática do primeiro episódio, se colocando novamente na narrativa, como personagem ativo, interpela outros personagens e faz projeções para o futuro com base nas ações atuais dos personagens e na opinião de personagem especialista, autoridade no tema tratado na narrativa (UM PLANO..., 2012, p. 41-45).

Já a última parte da narrativa constitui-se em um *frame* cognitivo independente, permanece na mesma temática dos episódios anteriores, porém por um enfoque totalmente novo. O narrador se distancia do texto e introduz a Vale no contexto ao qual a história está ligada, começando pelo título “Fundo Vale atua na proteção de áreas na Amazônia” (UM PLANO..., 2012, p. 46). Nesse quadro, notamos uma utilização maior de fontes numéricas, datas e porcentagens (assim como no segundo quadro, que explica o que são as APAs) e um uso amplo de palavras e expressões com sentidos positivos relacionadas ao conceito de sustentabilidade, tais como: integridade, protegidas, valorização, manejo, integração, monitoramento, preservação, desenvolvimento sustentável, biodiversidade, proteção ambiental, uso sustentável, conservação e qualificação. Já o número de palavras com sentido negativo é muito pequeno. Encontramos, neste quadro, apenas a palavra desmatamento uma única vez; o que denota sentidos muito mais positivos que negativos relacionados à empresa e

sua atuação, sendo esta mesma citada sete vezes apenas neste *frame*. É importante observar que o Estado é pouco citado no texto e, quando aparece, é representado por instituições públicas de pesquisa ou como ator que só age quando provocado por pressão popular.

## 5.8 Carajás preservada

A edição de número 19 da revista *Amazônia Viva* chama a atenção pela comunicação visual empreendida tanto pelas fotografias de capa, quanto pelas que permeiam a matéria principal. O título de capa destaca e expressão “Carajás preservada” (Figura 10) e a matéria principal acrescenta a este o hiperbólico termo “magnitude” (MAGNITUDE..., 2013, p. 34), já como uma preparação para a quantidade vasta de hipérboles que serão acessadas pelo narrador nesta narrativa, dividida em três episódios. A fotografia selecionada na capa é a imagem de uma onça pintada em posição frontal, porém o animal não é apresentado de forma ameaçadora, mas em posição de quem está se espreguiçando. Ao se associar com a mensagem verbal “preservada”, logo abaixo lendo-se a característica “encantadora” atribuída à onça, transmite-se ao leitor uma ideia de segurança, mesmo para um animal como a onça, que está ameaçado de extinção.

Figura 10 - Capa da Revista Amazônia Viva, n. 19, mar. 2013



Fonte: O LIBERAL, 2013a

No primeiro episódio o narrador apresenta a Floresta Nacional de Carajás, a chamada Flona, que completa quinze anos sob a proteção da Vale (MAGNITUDE..., 2013, p. 36-37). Logo no subtítulo da matéria, identificamos algumas características atribuídas à Flona, “viva”, “produtiva” e “consagrada”. O texto aparece em destaque dentro de uma imagem de duas páginas inteiras da floresta densa e de aparência selvagem, na qual predomina o verde das árvores e um céu envolto em neblina. Percebemos na construção narrativa que o autor trabalha a manutenção da Flona de maneira proporcional à exploração da mina de Carajás pela Vale, por meio da construção utilizada, na qual ele seleciona no mesmo excerto os termos contraditórios: “exploração” e “sustentável”.

A Flona é exaltada por meio de vários adjetivos nos três quadros, seu nome é retomado 44 vezes no texto, enquanto o da Vale é mencionado 11 vezes. Entre os adjetivos que gravitam em torno do nome da floresta encontramos os três já citados, além de: modelo, heterogênea, rica, intacta, imensa, belíssima, riquíssima, diversa, produtiva, conservada e preservada. Porém, além dos adjetivos que produzem efeitos de sentido, o narrador acrescenta uma fartura de números, dados e comparativos, que produzem efeitos de realidade e acrescentam ao personagem principal, a floresta, uma dimensão de grandeza. Assim, o narrador busca manter o caráter jornalístico e pretensamente fático do texto, sem perder também o caráter narrativo, o que transforma o texto em uma

[...] narrativa singular: um jogo de linguagem situado entre a narrativa da história (realista) e a literária (imaginativa). É esse jogo entre correspondência e desvios textuais da comunicação jornalística que a análise da narrativa pode observar e desvelar o sentido. (MOTTA, 2013, p.200)

Mesmo que o leitor não possua a exata noção do que representa o tamanho da área da floresta nacional (repetido seis vezes no texto) em quilômetros quadrados, o narrador utiliza-se de recursos facilitadores, como comparar, por exemplo, o tamanho da Flona ao de áreas como Cabo Verde, Luxemburgo, Polinésia Francesa e Ilha da Madeira ou a 400 campos de futebol, conforme informado no texto (MAGNITUDE..., 2013, p. 38). Dessa forma, ele aproxima a informação numérica do mundo do leitor e constrói o efeito de sentido desejado.

A utilização de recurso numérico e comparativo é bastante recorrente, sendo retomada em todos os episódios da narrativa. Ao todo são mencionados 45 dados numéricos, entre datas, porcentagens, área, e contagem de espécies.

O segundo episódio é composto de infográficos, localizados na narrativa principal logo após a apresentação da floresta. A natureza é personificada no título, denominada pelo narrador como “mãe-natureza”, e, além de fotos, percebemos a utilização de recursos visuais como mapas, gráficos que demonstram a área de preservação e quadros com nomes e números de espécies (MAGNITUDE..., 2013, p. 38). Os termos em destaque nos quadros são respectivamente: floresta, gigante, proteção, preservação, vigilância e biodiversidade; e estes introduzem o assunto tratado em cada box.

No terceiro episódio, o narrador direciona o enfoque para as espécies animais presentes na Floresta Nacional e utiliza uma grande quantidade de adjetivos ao trabalhar o tema principal deste quadro (MAGNITUDE..., 2013, p. 40). Gravitando em torno da palavra espécie, encontramos expressões como “infinitude”, “milhares” e “riquíssima variedade”. Outros sentidos, de ameaça, também são configurados, quando o narrador menciona “espécies” juntamente com a ação humana e utiliza as expressões “ameaçadas de extinção”, “ação lesiva do homem”, “ameaça”, “extinção”, “incêndios”, “degradada”, “desmatamento” e “extrema violência”, excertos que produzem o conflito, configurado na possibilidade de uma mudança de sorte da floresta, enquanto personagem central da narrativa. O sentido de ameaça é configurado fora da narrativa da Flona, como um antagonismo à preservação que ocorre dentro dela. O narrador constrói a seguinte argumentação: “a floresta guarda ainda uma espécie ameaçada nacional e mundialmente, a conhecida arara-azul-grande, e cinco em risco de extinção no planeta” (MAGNITUDE..., 2013, p. 41), e configura a Flona como resistência à degradação ambiental. Observamos que essa construção semântica atravessa a construção narrativa inteira, como no excerto:

[...] a Flona de Carajás compõe o mosaico de unidades de conservação do complexo de Carajás. O conjunto reúne uma área de biodiversidade preservada de mais de um milhão de hectares, em uma região em que já muito degradada pela atividade humana, onde o ‘arco do desmatamento’ passou com extrema violência. (MAGNITUDE..., 2013, p. 41).

No terceiro episódio, o narrador apresenta o tema da educação ambiental, já trabalhado em edições anteriores da revista *Amazônia Viva*, e destaca as parcerias com instituições de pesquisa e com o Estado em prol da comunidade do entorno da Flona Carajás (MAGNITUDE..., 2013, p. 42-43). Ele utiliza discurso direto de um porta-voz da Vale, engenheiro agrônomo da empresa, na busca por um equilíbrio discursivo, visto que a empresa, no plano da ação do mundo fora do texto, sofre críticas de ambientalistas por suas atividades exploratórias, tendo sido eleita, em 2002, conforme já apontamos acima, pelo *Public Eye Awards*, “que se apresenta



como o ‘Prêmio Nobel da vergonha corporativa mundial’” (PINTO, 2012a, p. 229), como a pior corporação do mundo, em uma votação feita via internet, na qual obteve 25 dos 80 mil votos e ganhando das outras cinco empresas multinacionais.

Por esta razão, o personagem em discurso direto busca oferecer um discurso antagônico ao da exploração, com um tom conciliador, como o disposto no excerto

Outra maneira de conservar a floresta é operar nossas minas com o máximo respeito ao meio ambiente, desenvolvendo e buscando pesquisas científicas que nos permitam aplicar a mais moderna tecnologia disponível no mercado mundial para mitigar ou minimizar os impactos ambientais inerentes à exploração de minérios. (CASTILHO, Alexandre apud MAGNITUDE..., 2013, p. 42).

Além desse personagem, o chefe da Flona Carajás também é apresentado ao leitor, e são reproduzidas algumas falas em discurso direto, distribuídas no primeiro, terceiro e quarto episódios. Todas elas são semanticamente similares aos sentidos evocados pela fala do personagem supracitado e também pelas do narrador: de conciliação entre degradação e preservação, e de compensação por parte da empresa pelas atividades extrativistas exercidas na mina.

De uma forma geral, além do conteúdo informativo da narrativa, ela também apresenta conteúdo técnico e pedagógico, utiliza nomes científicos de todas as espécies citadas no texto entre parênteses, ao lado do nome utilizado correntemente. Assim, cria “referencialidade de autoridade para dizer e poder dizer [...] que autentica e legitima a relação” (MOTTA, 2013, p. 201) e a informação. O narrador opta ainda por ilustrar várias dessas espécies citadas com imagens, fornece dados sobre quantas dessas espécies ainda existem e quais estão ameaçadas de extinção. Ao todo 26 são citadas, entre animais e vegetais. Desse modo, se consolida a dimensão de poder técnico sobre o assunto tratado e se criam as “condições de verdade” (MOTTA, 2013, p. 201) assentadas na ideia de fidelidade e veracidade da representação narrativa.

## **5.9 Inhangapi: rio cheio de vida**

A narrativa da 21ª edição da revista se apresenta também na forma de jornalismo literário, mesclando a narrativa jornalística, com sua pretensa facticidade, e a narrativa de ficção, onde reside a dimensão imaginativa. A capa mostra em primeiro plano a imagem de uma pessoa remando em uma canoa na superfície de um rio, com a imagem da floresta ao fundo

(Figura 11). Logo no subtítulo, o narrador evidencia que a narrativa trabalha uma iniciativa da sociedade civil em prol de um rio que se encontrava em vias de “morrer”. A personagem da capa, como fica claro na legenda da mesma foto, colocada na matéria principal (QUANDO..., 2013, p. 36), trata-se de uma senhora chamada Luzia, definida pelo narrador como agricultora, pescadora e “cuidadora” do rio Inhangapi.

**Figura 11** - Capa da Revista Amazônia Viva, n. 21, maio 2013



Fonte: O LIBERAL, 2013b

A alcunha de “cuidadora do rio” nos remete, conforme apontado por Dutra (2009, p. 51), às discussões ocorridas na seara internacional acerca da “defesa da Amazônia”, nas quais, muitos ecólogos atribuíram aos índios e às demais populações amazônicas, à revelia, a responsabilidade de “defensores da floresta”.

Essa edição, assim como a anterior, se inicia a partir da experiência do narrador com o espaço onde a narrativa se passa. O autor não se esforça para se anular dentro do texto, nem para fazer parecer (como comumente acontece na narrativa jornalística) que o texto conta-se por si mesmo, ao contrário, ele transmite suas impressões sobre a chegada ao local, utiliza verbos no pretérito imperfeito e em primeira pessoa; descreve sua impressão dos personagens e seu primeiro contato com eles, colocando-se, dessa maneira, como os “olhos” do leitor na

narrativa e concentra a atenção deste na sequência de eventos que ele narra, enquanto descreve o ambiente e os personagens.

É importante observar, por meio do quinto movimento de análise narrativa, que o rio é não apenas personificado pelo narrador, como é também o personagem central da intriga. A ele são atribuídas ações, como “morrer”, “renascer” e “se recuperar”; os demais personagens o circundam e o conflito principal gira em torno dele. O rio, enquanto *persona*, converte-se em um ator com traços antropomórficos, por isso possui qualidades propriamente humanas. “Essa definição realça o inquestionável caráter humano de toda e qualquer personagem, ainda que ela possa ter na estória a figura de um animal ou objeto: toda personagem representa um ser humano”. (MOTTA, 2013, p. 172).

A história oscila entre literária e jornalística, pois conta a história do rio. Quando literária descreve as experiências do jornalista e da comunidade em torno do rio, quando jornalística recorre aos dados numéricos, a fatos históricos, datas e ao discurso direto de autoridades políticas ou científicas. O ambiente retratado pelo autor transporta o leitor a uma referencialidade geográfica cercada pelo imaginário atribuído à Amazônia pelas narrativas estereotipadas, tecidas pela mídia hegemônica (DUTRA, 2009), que apontam para um universo repleto de riquezas naturais, no qual o nativo da região apresenta-se como personagem plano, que segundo Motta (2013, p.178) é aquele “construído em torno de uma única ideia ou qualidade que se repete, que é reconhecida e lembrada”. Nesse caso, ele é representado como aquele que vive em contato com a natureza e trabalha em benefício dela, tira dela seu sustento e a conhece intimamente, conforme descrito na legenda da foto de um personagem “o pescador José Valêncio, o Zequinha, navega pelas águas do Inhangapi desde criança e conhece os caminhos do rio” (QUANDO..., 2013, p. 42).

Além da narrativa desenvolvida no primeiro *frame* cognitivo, é possível identificar um segundo, em uma página separada, com design e cores diferenciados e título próprio, “Monitoramento de rios permite melhor uso da água e prevenção de enchentes” (QUANDO..., 2013, p. 44). Percebemos que o único ponto de convergência desse quadro com o primeiro é que ambos trabalham a temática de salvamento de rio; porém, a narrativa vem apartada da história principal em relação ao ambiente, aos personagens e até à abordagem narrativa, que assume um tom formal e mais técnico. O único personagem mencionado nesse quadro trata-se de um pesquisador do Instituto Tecnológico Vale (ITV), e a narrativa busca persuadir o leitor da importância do sistema de reuso de água elaborado e executado pela Vale, com base na fala do personagem, que exerce referencialidade de autoridade no tema, como personagem perito dentro da narrativa.

## 5.10 Consumo colaborativo

A edição de número 22 da revista *Amazônia Viva* possui como drama principal a temática da sustentabilidade, porém, a partir de uma perspectiva diferente das demais, pois aborda os aspectos ligados ao consumo e a uma Amazônia urbana. A diferença é percebida logo na capa, na qual não se evidenciam as cores comumente utilizadas quando se trata da Amazônia, verde e azul (Figura 12). Em primeiro plano, identificamos objetos diversos, como brinquedos, sofá, mala, um violão e algumas peças de roupas, todos encostados em uma parede cinza em uma imagem que remete à desordem e bagunça. Na matéria do interior da revista, com foto similar à da capa, lê-se o título “Uma vida livre do desnecessário” (UMA VIDA..., 2013, p. 36).

**Figura 12** - Capa da Revista Amazônia Viva, n. 22, jun. 2013



Fonte: O LIBERAL, 2013c

No quinto movimento de análise, identificamos os personagens principais, que são pesquisadores, arquitetos, designers, empresários e um estudante. Todos profissionais inseridos no novo contexto de produção e consumo; não se percebe a presença do amazônida rural ou caboclo. A narrativa se posiciona contrariamente ao consumismo exagerado, e os personagens selecionados para emitir opiniões demonstram exemplos de oposição a essa lógica: são profissionais que trabalham em prol da causa do consumo colaborativo ou do reaproveitamento

de produtos que seriam ou já foram descartados, estimulando assim o reuso e o reaproveitamento de objetos que iriam para o lixo. Portanto, percebemos, novamente, o apelo do narrador à referencialidade de autoridade, na escolha dos personagens que têm voz dentro da narrativa.

A intriga, nesta edição, é focada em conceitos e dados. O autor busca não emitir opiniões abertamente, aportando seus apontamentos em dados numéricos de pesquisas ou na fala dos personagens, em uma estratégia de referenciação que visa construir efeitos do real, já que neste caso “o texto dá a impressão de que não há mediação, fato em si mesmo parte de uma estratégia argumentativa” (MOTTA, 2013, p. 200). Os *frames* que se encadeiam para a configuração da grande narrativa são cinco. Eles se constituem de histórias independentes, que se conectam pela temática e pelo fundo moral revelado no sétimo movimento de análise. No primeiro movimento de análise percebemos que o primeiro *frame* cognitivo (UMA VIDA..., 2013, p. 37-39) divide-se em três episódios que revelam ações do narrador. No primeiro episódio, o autor apresenta o conceito de consumo colaborativo. No segundo episódio trabalha a narrativa de conciliação entre crescimento econômico e sustentabilidade. Por fim, no terceiro, aborda aspectos da economia brasileira e apresenta exemplos concretos para ilustrar o conceito. Juntamente com esses exemplos, são apresentados os personagens que realizam ações na composição da intriga, para que essas ações de sustentabilidade sejam possíveis, dentre os quais pessoas que mudaram seus hábitos de consumo para preservar o meio ambiente. Ao final desse *frame* o autor apresenta uma tabela, que funciona no texto como estratégia persuasiva de produção de efeito de realidade, pois demonstra dados concretos para o leitor, como a lista dos países que possuem os consumidores “mais amigos do meio ambiente”, com os brasileiros em terceiro lugar (UMA VIDA..., 2013, p. 39).

O segundo *frame* é interessante por apresentar uma abordagem interativa e informal, que busca estimular a participação ativa do leitor, bem como um engajamento no fundo moral configurado na narrativa. Trata-se de um “teste”, uma espécie de questionário com dez perguntas e três opções de resposta, o objetivo do teste é revelar se o leitor possui hábitos de consumo sustentável (UMA VIDA..., 2013, p. 40-41). A partir da contagem dos pontos atribuídos a cada resposta, o leitor obtém uma nota que o classifica em uma das três categorias disponíveis: ruim, bom ou excelente.

Todas possuem um pequeno texto que descreve o tipo de consumidor da qual trata, e são finalizadas com excertos motivacionais. No que cabe ao consumidor ‘ruim’, o narrador afirma que “a natureza espera por você”; ao ‘bom’, o narrador incentiva “é preciso ser mais decidido em querer ajudar o planeta e não ficar em cima do muro”; e ao consumidor excelente

o narrador parabeniza “o meio ambiente agradece [...] e conta com o seu senso de proteção” (UMA VIDA..., 2013, p. 41) Esse recurso visa falar diretamente ao leitor, estimulando sua participação e engajamento com o eixo temático condutor da intriga. Neste momento, o narrador transforma o próprio leitor em personagem ativo dentro da narrativa e o tipifica, enquadrando-o dentro de algum dos três perfis revelados pelo teste.

Ao passar para o terceiro *frame*, o narrador retoma o tom formal do primeiro, apresenta as vantagens da cultura menos consumista, tanto para o consumidor, financeiramente, quanto para o meio ambiente (UMA VIDA..., 2013, p. 42). Apoiar-se novamente nos personagens escolhidos para esse quadro, de modo a direcionar os sentidos do leitor para o fundo moral da narrativa. Os personagens apresentam comportamentos de consumo sustentável, enquadrando-se na lógica dos ‘cidadãos-consumidores’ de valorização do consumo consciente, como as práticas citadas na narrativa da revista: o reaproveitamento de livros que seriam jogados no lixo, ou de roupas que são vendidas e compradas em brechós. Conforme indica Amaral Filho (2008, p. 312), os cidadãos consumidores tipificam-se como:

Um consumidor, portanto, que está preocupado não apenas em adquirir o bem de consumo, mas fazê-lo em consonância com os direitos de todos numa sociedade mais justa, que quer, além disso, empresas que não poluam o ambiente, que protejam a floresta e trabalhe, com responsabilidade social em relação às populações tradicionais. Esse perfil nos leva ainda ao consumidor ecologicamente correto que está subjacente na pretensão do enunciador.

Em seguida, no quarto *frame*, a temática continua na abordagem do reaproveitamento, porém de produtos aproveitados por designers para criação de móveis construídos com material sustentável (UMA VIDA..., 2013, p. 44). Termos como “reponsabilidade social”, “design sustentável”, “meio ambiente”, “ecodesign” e “consciência ecológica” são recorrentes e ansiosamente repetidos neste quadro. O narrador evidencia o esforço do consumidor para comprar esse tipo de produto, porém expõe uma problemática ainda não trabalhada na narrativa, a burocracia governamental que impõe barreiras ao pleno desenvolvimento do design sustentável. Neste caso, dentro deste *frame* cognitivo, o conflito fica por conta do Estado, que é o ente causador de dificuldades ou impedimentos para as ações de outros personagens.

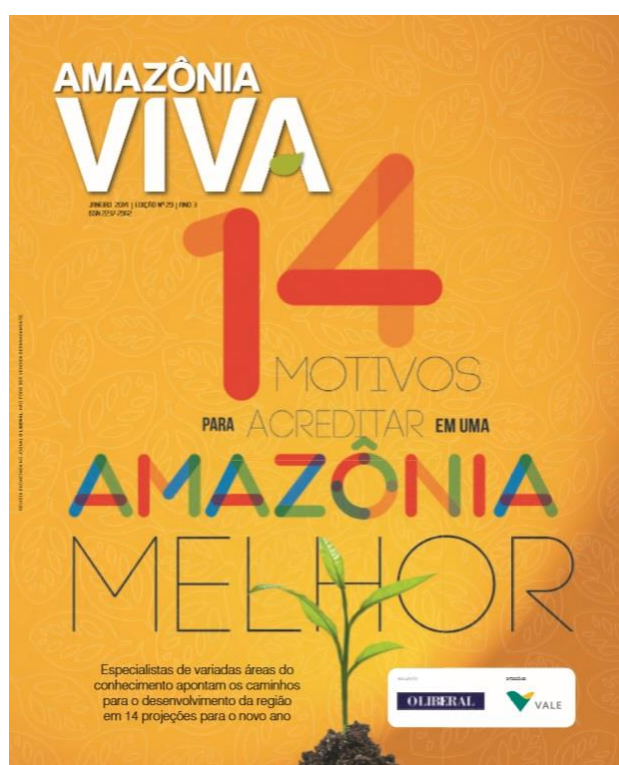
O quinto e último quadro da narrativa desta edição se volta para a atividade industrial (UMA VIDA..., 2013, p. 45). Expõe, no primeiro episódio, exemplos de ações sustentáveis nas empresas e, no segundo, descreve processos de reaproveitamento de materiais. Neste *frame*, a Vale é introduzida por meio da empresa controlada por ela, da qual é a maior acionista, a Biopalma da Amazônia, produtora de biodiesel para a produção de biocombustível. O narrador

relata o processo de reaproveitamento de todos os resíduos gerados ao longo da cadeia produtiva e se apoia no discurso direto do entrevistado, presidente da empresa, que faz o papel de personagem perito, com referencialidade de autoridade na tessitura da intriga. Os personagens desse *frame* constituem-se de três representantes da indústria e um estudante de Engenharia de Produção, cuja fala elogia as iniciativas e demonstra entusiasmo com as iniciativas que levam em conta a sustentabilidade no processo produtivo. Nesse *frame*, é importante notarmos que não há conflito, todos os personagens concordam com o fundo moral da narrativa e reforçam as ideias uns dos outros. O narrador opta por utilizar a referencialidade de autoridade, para não se colocar pessoalmente na narrativa, o que confere a ela mais credibilidade e naturalização do discurso do narrador. Este evita a utilização de marcas pessoais discursivas, reforçando o caráter fático da narrativa jornalística.

### 5.11 14 motivos para acreditar em uma Amazônia melhor

A narrativa desta edição é configurada na modalidade enumerativa e trabalha 14 motivos que buscam persuadir o leitor a construir sentidos positivos em relação ao futuro da Amazônia (Figura 13).

**Figura 13** - Capa da Revista Amazônia Viva, n. 29, jan. 2014



Fonte: O LIBERAL, 2014a

A história não é contínua, nem mesmo é escrita por apenas um autor (14 MOTIVOS..., 2014, p. 34-41). Ela se constitui de 14 falas de personagens diferentes sobre algum aspecto que o narrador, neste caso o organizador das narrativas, atribui como importante para a região amazônica. Cada um desses personagens possui domínio do tema tratado, por isso novamente percebemos a utilização da referencialidade de autoridade para promover a produção de efeitos do real no leitor, que acompanha a narrativa completa ou que lê apenas um ou outro *frame*, que em si mesmo possui sentido completo. As falas de cada personagem compõem juntas o fundo moral da narrativa, que é o futuro promissor da Amazônia. Juntamente com a foto de cada um deles, o autor apresenta uma legenda com o nome, o cargo, formação e atividade, aspectos que demonstram não apenas a relação do personagem com o tema tratado, mas também sua posição de autoridade intelectual sobre ele.

Dentre os 14 personagens que compõem a matéria principal desta edição encontramos: um pesquisador de uma instituição pública de pesquisa que é referência no Brasil, a Embrapa; o reitor da Universidade Federal do Pará (UFPA); o diretor de energia da Vale; o presidente da Biopalma (empresa controlada pela Vale); o presidente do Sindicato das Indústrias Minerais; uma historiadora da UFPA; uma economista do Banco da Amazônia; o diretor do Parque de Ciência e Tecnologia do Guamá; um representante do programa governamental Municípios Verdes; um representante da Secretaria de Estado de Meio Ambiente; um chef de cozinha paraense; e uma cantora paraense; estes dois últimos figuras de expressão, reconhecidos nacionalmente.

Cada um representando a sua área de atuação, trabalham as projeções para o futuro da Amazônia com algumas expressões que possibilitam a construção de sentidos positivos para o leitor, sem o equilíbrio de uma narrativa com contrapontos e uma abordagem argumentativa variada, visto que a maior parte dos entrevistados se utiliza de termos como: investimentos, crescimento, desenvolvimento, preservação, perspectivas, expectativa, resultados e avanço. Exemplos práticos também são citados como forma de produzir efeitos do real no leitor, como se o futuro estivesse sendo garantido pelas ações já realizadas no presente.

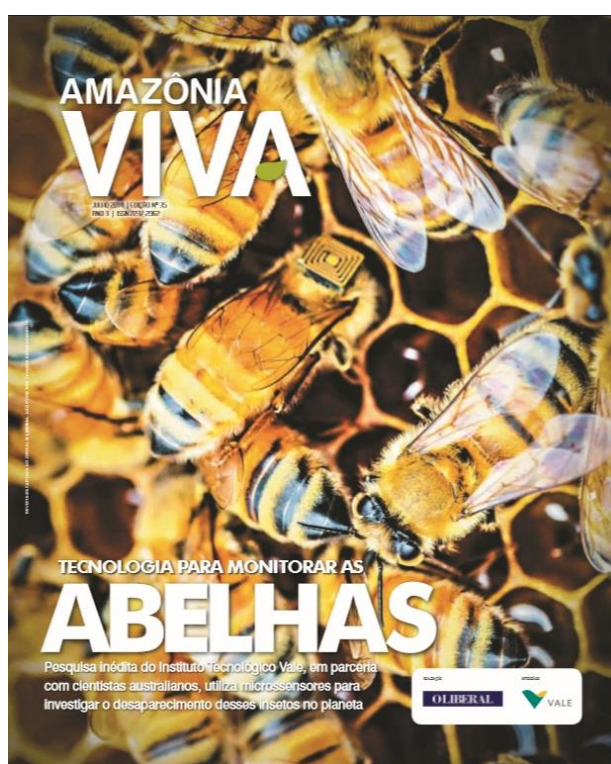
## **5.12 Tecnologia para monitorar as abelhas**

Edição que trabalha um tema mais técnico, introduz o leitor no universo das pesquisas do ITV sobre as abelhas e seu possível desaparecimento (Figura 14). Para chamar a atenção do leitor e captar o olhar, o narrador evidencia a importância desses insetos ao afirmar que seu



desaparecimento pode implicar numa crise de produção de alimentos em escala global (NO RASTRO..., 2014, p. 37). A narrativa se desenvolve por meio da utilização de vários dados numéricos, frutos de pesquisas científicas, e apoiada no discurso direto de personagens que norteiam a narrativa técnica, traduzida para a linguagem corrente pelo narrador. Todos esses recursos revelam-se “estratagemas de referenciação” (MOTTA, 2013, p. 200), que visam a produzir a crença de que a narrativa é factual. Dentre os personagens, encontramos três pesquisadores, um apicultor e um engenheiro agrônomo.

**Figura 14** - Capa da Revista Amazônia Viva, n. 35, jul. 2014



Fonte: O LIBERAL, 2014b

Observamos uma tentativa de o narrador conciliar no texto o discurso da ciência com o do saber popular, na seleção da fala de um dos pesquisadores: “Nós aprendemos muito com os apicultores locais. Eles desenvolveram técnicas novas de colocar o sensor que nós não havíamos visto na Austrália. Vamos, inclusive, levar conhecimento próprio daqui do Pará” (SOUZA, Paulo de apud NO RASTRO..., 2014, p. 40). O narrador também se utiliza de comparação para facilitar a compreensão do leitor em relação a aspectos técnicos mais específicos ou mesmo a medidas de tamanho e peso, como o tamanho do sensor utilizado para monitorar as abelhas, que ele compara ao peso e tamanho de grãos de arroz, item de uso corrente e conhecido da maioria da população.

Os episódios narrativos podem ser divididos em três. O primeiro aborda os aspectos ligados à tecnologia empregada no empreendimento científico, apresenta os personagens que estão à frente das pesquisas e faz projeções para o futuro (NO RASTRO..., 2014, p. 37-41). O segundo apresenta um “passo a passo” (em três passos) que explica o desenvolvimento do experimento (NO RASTRO..., 2014, p. 41), com quadro que apresenta conteúdo didático e de fácil entendimento, vindo enumerado e em box separado.

O terceiro episódio mostra-se mais ligado a sentidos negativos, relacionados a um possível desaparecimento das abelhas (NO RASTRO..., 2014, p. 43). Enumera razões que podem levar a este evento e também faz uma projeção dos fatos que podem ser desencadeados caso isto aconteça. Nesse episódio percebemos a produção de um efeito de virada, ou mudança de sorte, dentro da narrativa, promovido pela ameaça de um conflito ou de um acontecimento trágico que provoca a empatia do leitor e torna a narrativa verossímil. O narrador enumera essas ações em quadro separado, também em conteúdo didático e de fácil compreensão, sob o título “E se não houver zum-zum... Conheça os cinco impactos da diminuição do número de abelhas no planeta” (NO RASTRO..., 2014, p. 43). Por meio dessa abordagem, o autor fornece a dimensão de importância do tema e as implicações que decorrem dele para toda a humanidade. A partir destes esclarecimentos, o narrador deixa pistas sobre o fundo moral configurado pela narrativa, ao revelar a importância da pesquisa científica empreendida pelo Instituto Tecnológico Vale em prol de uma causa importante para o meio ambiente e para a sociedade.

### **5.13 A água e a cidade**

Com uma fotografia de capa que remete a elementos estéticos do imaginário idílico atribuído à Amazônia (GONDIM, 2007), desde os relatos dos primeiros cronistas que vieram para a região, a primeira edição da revista *Amazônia Viva* do ano de 2015 apresenta a predominância do elemento água, tanto na imagem quanto na mensagem escrita (Figura 15). A cidade aparece apenas em segundo plano, em uma faixa no horizonte. No centro da imagem e do rio (em primeiro plano), vemos uma canoa com um garoto remando, de costas para a cidade, indo na direção contrária. Após a compreensão dos sentidos configurados no texto, poderíamos dizer que a cena se constitui como um resumo da argumentação teórica da narrativa e ela, sozinha, contém em si mesma o fundo moral que encerra a mensagem escrita: a cidade de costas para o rio.

**Figura 15** - Capa da Revista Amazônia Viva, n. 41, jan. 2015



Fonte: O LIBERAL, 2015a

A matéria principal tem por título “Amazônia das águas” e é produzida a partir de dados técnicos sobre o tema (AMAZÔNIA..., 2015, p. 38-45). Com a escolha dessa abordagem, o narrador busca apagar sua própria presença no discurso ou torná-la menos perceptível, como se “os dados falassem por si mesmos”. Essa “forma de contar” prima pela racionalização do discurso e também pelo incentivo ao uso racional de recursos, tão presente no “discurso fundador” (COSTA, V. M. T., 2011) utilizado para falar da Amazônia desde o período da colonização.

Podemos dividir a narrativa da matéria principal desta edição da revista em três *frames*. O primeiro, em que o narrador discorre sobre a água, ressalta sua importância enquanto recurso essencial para a manutenção da vida na terra, projetando ainda o trágico na narrativa, com a especulação do que aconteceria se ela se esgotasse e descrevendo a relação da Amazônia com a água (AMAZÔNIA..., 2015, p. 40-41).

Conforme aponta o narrador, a Amazônia precisa aprender a cuidar deste recurso “precioso”. Ele busca apoio, referenciando a narrativa na fala de um personagem perito, um cientista da área de recursos hídricos, que afirma que “a região precisa aprender a usar a água” (AMAZÔNIA..., 2015, p. 41). Assim, o leitor compreende que por causa da cultura do desperdício de água na Amazônia, apesar de a região ter abundância deste recurso, não há

garantia de que no futuro não haverá escassez. Nesse trecho verificamos a configuração de uma narrativa adversativa (com sentido positivo, porque o recurso é abundante, e negativo, porque o desperdício também é abundante), típica da dialética do concordante/discordante elaborada pelo narrador, cujo objetivo é receber “a resposta emocional do espectador” (MOTA, 2013, p.149), que é construída no drama, segundo a lógica dramática trabalhada por Ricoeur (2010).

Para produzir efeitos do real nos sentidos configurados na narrativa, o autor apresenta infográficos que mostram a quantidade de água no mundo, deixando evidente qual corresponde ao Brasil (12%) e, dessa parte, qual corresponde à região Norte, sendo quase 70% (AMAZÔNIA..., 2015, p. 41). Dessa forma, além de fornecer dados que impactam positivamente na credibilidade atribuída à informação veiculada pelo narrador, os dados também destacam a importância do tema trabalhado na narrativa e podem-se constituir numa estratégia para despertar o interesse de quem lê.

O segundo *frame* aborda a relação da indústria com o uso da água e apresenta uma relação de maior racionalização em relação à utilização do recurso pela população em geral (AMAZÔNIA..., 2015, p. 42). Nesse quadro, o narrador introduz o leitor na relação da Vale com a água, destacando um projeto da empresa para recuperação de recursos hídricos e a importância do uso sustentável das águas pelas empresas, que consomem cerca de 20% da água doce do Brasil. Por fim, ao evidenciar o uso da água de forma sustentável, o narrador deixa a metanarrativa aflorar (MOTTA, 2013, p. 204), revelando o fundo moral e a razão de ser da narrativa. Ao trabalhar a temática do reaproveitamento da água, ele ilustra a argumentação com exemplos de empresas que adotam a prática do reuso ou tratamento do recurso no processo produtivo, para isto utilizando os exemplos de duas empresas: a mineradora Alcoa e a Vale.

Nesta parte da narrativa o narrador se utiliza de muitos recursos que produzem efeitos do real, como dados numéricos, que refletem os investimentos da Vale no processo de reaproveitamento do recurso e também o volume de água reaproveitada. No campo da produção de efeitos estéticos de sentido, percebemos a utilização de expressões como: “mineração sustentável”, “bem tão precioso” e “bem fundamental à vida no planeta”, que produzem sentidos positivos para o leitor (AMAZÔNIA..., 2015, p. 42).

No terceiro e último *frame*, o autor trabalha a relação da cidade de Belém com o rio, contrapondo-a à relação da população ribeirinha com o rio (AMAZÔNIA..., 2015, p. 44-45). Para descrever essa relação, o narrador apoia-se na fala de um doutor em Geografia Humana que defende a ideia da diferença de sentido atribuído ao rio pelas diferentes populações, dos habitantes de Belém e dos ribeirinhos. À população de Belém, ele atribui ainda um olhar exótico para o rio, que o enxerga de forma espetacularizada, enquanto para os ribeirinhos o rio possui

sentido de uso, pois é fonte de toda a vida, é o que traz o alimento, a diversão, é meio de locomoção e de higiene. Observamos, no interior do texto, que imagens da população ribeirinha tomando banho de rio ilustram a matéria, porém nenhum desses personagens é incluído no texto em discurso direto. Os personagens ativos desse quadro, cujas falas são citadas em discurso direto e servem de eixo condutor para a configuração narrativa, são dois pesquisadores, um geólogo e um geógrafo.

Percebemos, portanto, a ênfase dada aos personagens peritos e um silenciamento dos personagens tipificados como ribeirinhos nesta edição. Segundo Dutra (2009), tradicionalmente os “povos da floresta” ou, no caso desta edição, o nativo ou ribeirinho, ocupam nos livros de História papéis narrativos passivos. O autor afirma que esse material influencia na configuração da visão nacional sobre as populações tradicionais da Amazônia, denominadas “de modo amplo e aberto como *povos da floresta*” (DUTRA, 2009, p. 53):

Trata-se, portanto, de uma velhíssima forma de fabricação da imagem de grupos subalternos que vem secularmente abastecendo o imaginário, permeando não só a instituição escolar, mas também o ambiente da cultura, da política, da economia, estabelecendo enfim, um modo de ver os subalternos a partir do ponto de vista do discurso hegemônico.

Portanto, ao ser colocada em papéis passivos, dentro da composição da intriga nesta edição da revista, a população tipificada como “ribeirinhos”, sua forma de viver e até suas imagens (que ilustram o texto jornalístico) são representadas segundo a visão do narrador.

#### **5.14 Parque Zoobotânico Vale: 30 anos**

A edição de março de 2015 da revista apresenta na capa cores fortes de estética espetacularizada, forma usual de retratar a floresta amazônica por parte dos meios de comunicação tradicionais, porém com algumas peculiaridades que sugerem sentidos importantes de se observar (Figura 16). O primeiro deles encontra-se no animal que figura em primeiro plano e em destaque na capa da revista, uma arara-vermelha; na verdade, duas, porém a primeira, em destaque, parece encarar o leitor. Atrás dela, o verde predomina e, caso o leitor não esteja atento aos detalhes, as grades da gaiola podem passar despercebidas na imagem, visto que se confundem com o verde intenso das árvores desfocadas em segundo plano. O título da matéria de capa é sugestivo, nele o narrador afirma “Bem natural”, uma construção que remete tanto a um bem natural, no sentido de patrimônio, quanto a algo bem natural, no sentido de

bastante natural (BEM..., 2015, p. 38). A narrativa versa sobre o aniversário de 30 anos do Parque Zoobotânico Vale (PZV), localizado na região de Carajás.

**Figura 16** - Capa da Revista Amazônia Viva, n. 43, mar. 2015



Fonte: O LIBERAL, 2015b

Nesta matéria, não há negação da narração, e o autor não busca anular sua própria participação da narrativa. Ao contrário, assim como em outras edições com textos de cunho mais literário, ele se inclui na história, descreve suas impressões na visita ao parque, utiliza marcações temporais como “é começo de tarde” e “na chegada ao parque” (BEM..., 2015, p. 39), e coloca a narrativa no tempo presente, transportando o leitor para o tempo em que a história se passa.

Percebemos a descrição do parque não apenas narrativamente, mas em números, em extensão, quantidade de espécies, descrição dos nomes científicos, o que produz status de verdade e efeito de real e verossímil na narrativa. A ameaça, ou conflito, que se apresenta frequentemente, assenta-se no risco de extinção de algumas espécies existentes no parque, sendo retomada pelo narrador em vários momentos da tessitura da história.

A narrativa completa pode ser dividida em três *frames* cognitivos, o primeiro deles descreve a experiência de conhecer o parque, as sensações que o narrador experimenta ao entrar em seu território, a visão da fauna e da flora assim como a percepção de funcionários e visitantes

do local (BEM..., 2015, p. 39-43). Neste primeiro quadro, o autor menciona uma grande variedade de nomes de animais e também se utiliza de várias expressões que descrevem impressões positivas do ambiente, tanto em suas próprias falas quanto na dos entrevistados, tais como: “sensação de ambiente natural”, “o mais próximo possível da floresta”, “bem-estar dos visitantes”, “tão próximo da natureza”, “tão bonito”, “bem organizado”, “mais vivo” e “muito didático”.

No segundo *frame*, percebemos um corte brusco na temática da matéria principal, como se ele se constituísse em uma matéria dentro da matéria (prática corrente na revista *Amazônia Viva*), cujo título é “A mina de Carajás” (BEM..., 2015, p. 44). O único ponto de convergência entre o parque retratado no primeiro *frame* e a mina desse segundo é a referencialidade geográfica marcada pelo narrador. Nas imagens da mina, não predominam o verde e nem paisagens naturais, mas o cinza e imagens do maquinário. O texto também não possui teor e nem conteúdo literário, mas sim um tom mais formal e uma quantidade grande de dados e números. O uso de superlativos também é percebido com frequência, a exemplo de “riqueza mineral incalculável”, “maior mina do mundo a céu aberto”, “mais eficiente do Brasil”, “considerado um dos melhores minérios do mundo”, “maior da história da Vale” e “maior da indústria de minério de ferro em todo o mundo”. Portanto podemos perceber novamente que o narrador joga com os dois efeitos, de real e de sentido, na busca por produzir uma retórica estimulante, que incentiva “um permanente jogo entre as intenções do narrador e as interpretações do receptor” (MOTTA, 2013, p.196-197), cujo objetivo constitui-se em provocar ao mesmo tempo credulidade e surpresa.

Os projetos da Vale são exaltados no quadro que fala sobre Carajás. A narrativa não apresenta nenhum sentido negativo e nem expressão que faça contraponto aos superlativos citados. A narrativa de ganho é configurada para que o leitor se sinta parte desse ganho e a mensagem positiva ultrapasse as fronteiras da instituição. Isso pode ser percebido em excertos como “Carajás fez de Parauapebas a cidade que mais cresceu no Brasil”, “Parauapebas é hoje a cidade com os melhores indicadores de desenvolvimento econômico do país” e “A mina e a estrada de ferro de Carajás movimentam a economia no Estado do Pará” (BEM..., 2015, p. 44).

O terceiro *frame* retoma a narrativa sobre o Parque Zoobotânico Vale (PZV), porém com foco nos funcionários e na relação de afeto deles para com o PZV, como nos sentidos revelados pela frase “Tirando minha família e meus filhos, o parque é a coisa mais importante da minha vida” (OLIVEIRA, Jeovanis apud BEM..., 2015, p. 43). Também coloca em evidência os projetos que envolvem educação ambiental, desenvolvidos no PZV, evidenciando que o foco principal é a comunidade e a população local. Os animais também aparecem em papel de



destaque, com pequenos textos didáticos com informações sobre cada espécie e arte gráfica com representação de imagem aérea da extensão territorial do PZV (BEM..., 2015, p. 43).

Percebemos, a partir das ideias configuradas pela narrativa dessa edição, que tem o parque como tema central, que este recebe mais destaque do que a mina de Carajás, em espaço de texto e de imagem. Porém, mesmo ao trabalhar a construção textual da mina, nenhum sentido negativo é sugerido pelo narrador. As críticas presentes no mundo intertextual são invisibilizadas por ele e, diferentemente da narrativa de edições anteriores, não se busca justificar ou amenizar diretamente os impactos causados pela atividade de exploração mineral. Ao contrário, o discurso compensatório é evidenciado na narrativa sobre o parque, ao mesmo tempo em que a mina de Carajás é abordada como positiva para a Vale e, como consequência, para o Estado do Pará e para a sociedade.

### **5.15 Estratégias narrativas para falar de sustentabilidade**

A partir da análise das quatorze edições da revista *Amazônia Viva*, identificamos três estratégias utilizadas pelo narrador para trabalhar a narrativa sobre sustentabilidade pelo viés da comunicação institucional, às quais dividimos nos seguintes modelos: 1) modelo narrativo enumerativo; 2) narrativas de jornalismo literário; e 3) narrativas jornalísticas.

Observamos que, dependendo do tema tratado e do objetivo do narrador, a abordagem se modifica e as estratégias selecionadas por ele também. Das análises, identificamos três revistas cuja narrativa foi estruturada como modelo narrativo enumerativo; três com uma narrativa de jornalismo literário; e oito trabalhadas em uma abordagem jornalística, com larga utilização de dados e números e um modelo de texto dissertativo.

Na primeira abordagem, no modelo enumerativo, a narrativa é configurada defendendo um ponto de vista, e os itens listados se estruturam de modo a tornarem esse ponto de vista verossímil e possibilitarem a persuasão do leitor. Para que o objetivo seja cumprido, o narrador apresenta discurso direto de autoridades no tema, dados, gráficos e vários recursos narrativos que encaminhem o entendimento para os sentidos que ele busca construir. Como exemplos deste modelo narrativo identificamos as edições: número 2, com o título “10 boas ideias para mudar o ritmo da Amazônia”; número 11, “Amazônia que te quero grande”; e número 29, “14 motivos para acreditar numa Amazônia melhor” (10 BOAS..., 2011; AMAZÔNIA..., 2012; 14 MOTIVOS..., 2014). Percebemos que há uma instrumentalização da solução para os problemas de sustentabilidade na Amazônia, em que as ideias são simplificadas por especialistas, como uma receita padrão.



Na construção textual do modelo de jornalismo literário, o narrador se coloca como ator da narrativa, utiliza verbos em primeira pessoa, descreve suas impressões e seu contato com os outros personagens. Em geral, esse tipo de abordagem é utilizado quando a revista apresenta uma capa cujo personagem principal é na verdade um lugar. Percebemos que a equipe jornalística viaja para o lugar selecionado e compõe uma narrativa similar a um relato de viagem, no qual o tempo é marcado para o leitor, as interações com os demais personagens são registradas e os acontecimentos que causam qualquer emoção ou sensação diferente no narrador são evidenciados e repassados para o leitor, por vezes, por meio de uma estética fotográfica ou um texto poético com ênfase no abstrato.

Normalmente nesse modelo narrativo, ao contrário dos demais, o narrador não costuma selecionar autoridades acadêmicas, científicas ou políticas. Seleciona personagens locais, que apenas nesse modelo narrativo possuem falas e, dentro da intriga, adquirem personalidade, não sendo tratados coletivamente. O ambiente é retratado de maneira idílica, por vezes personalizado, com características humanas e com a narrativa tendendo para os relatos que remetem ao imaginário cristalizado sobre a Amazônia, com cenários paradisíacos, habitantes pitorescos e interessantes, abundância de fauna e flora, bem como o uso corrente de hipérbolos e metáforas, que visam provocar efeitos estéticos (MOTTA, 2013) de sentido no leitor. Como exemplo deste tipo de construção narrativa, encontram-se as edições: número 15, cujo título é “Um plano sustentável para algodoal”; número 21, que tem por título “Inhangapi, rio cheio de vida”; número 43, Parque Zoobotânico: Vale 30 anos” (UM PLANO..., 2012; QUANDO..., 2013; BEM..., 2015).

O terceiro, e mais frequente modo de narrar encontrado no periódico, refere-se a um tipo de narrativa jornalística mais tradicional, que se apoia no texto dissertativo, cuja argumentação utiliza muitos números e estratégias que causem efeito de realidade (MOTTA, 2013). É comum que nesse tipo de configuração o narrador tente demonstrar imparcialidade em relação ao tema tratado e busque apagar as marcas pessoais do texto. Porém, devido ao caráter institucional da revista, percebemos ainda a utilização de grande número de adjetivos e de seleção dos personagens principais, cujas opiniões convergem com o sentido buscado pelo narrador. Os personagens desse tipo de narrativa normalmente constituem-se de autoridades nos temas selecionados, em geral personalidades do meio acadêmico, político ou empresarial, inclusive da própria Vale. Das revistas analisadas, observamos que as seguintes edições possuem esse tipo de abordagem: número 1, que tem por título “O desafio amazônico de aliar desenvolvimento e preservação”; número 3, com o título “O novo arvorecer do milênio”; 6, com o título “Por que é preciso educar para o meio ambiente?”; 8, “Arte e cultura reciclam

atitudes”; 19, “Carajás preservada”; 22, “Consumo colaborativo”; 35, “Tecnologia para monitorar as abelhas”; 41, “Água e cidade” (O SINAL..., 2011; APRENDENDO..., 2011; LIÇÃO..., 2012; RECICLE..., 2012; MAGNITUDE..., 2013; UMA VIDA..., 2013; NO RASTRO..., 2014; AMAZÔNIA..., 2015). Sobre a edição número 6, é importante ressaltar que ela possui uma narrativa híbrida, entre o modelo enumerativo e o modelo jornalístico, mesclando aspectos dos dois; porém, optamos por classificá-la como modelo jornalístico, porque ela não efetivamente enumera itens, mas apresenta várias matérias independentes que comungam de uma mesma ideia e se encaminham para um mesmo fundo moral.

Para além dos três modelos narrativos, observamos algumas características comuns à maioria das matérias analisadas. Elas não se constituem de uma narrativa contínua, com começo, meio e fim bem delineados. Muitas vezes a narrativa geral é composta por outras menores, que poderiam ser perfeitamente matérias fechadas, que, no entanto, se conectam com as demais e com a “grande narrativa” pela temática e se identificam por possuir o mesmo fundo moral. É usual que o tema não tenha relação direta com a Vale, e que a empresa venha em algum texto separado, com título, narrativa e design individual, possuindo, porém, convergência temática ou fazendo parte de algum item da matéria principal.

Constatamos também a abundância de conteúdo didático, pelo fato de a revista apresentar frequentemente personagens de campos científicos do conhecimento. O narrador recorre muitas vezes a infográficos, tabelas e desenhos que ilustram e “traduzem” o conteúdo científico para o leitor, de modo mais acessível. Também percebemos isso acontecer em relação aos animais, que usualmente são citados com seus nomes populares e os científicos ao lado, entre parênteses. Outra estratégia utilizada pelo narrador é a abordagem comparativa para facilitar o entendimento do leitor, principalmente em relação a números, medidas, valores, assim como os dados técnicos que o leitor dificilmente consegue mensurar em uma leitura mais despreziosa.

As narrativas tecidas pela revista produzem uma ênfase na relação empresa/sociedade civil. A revista se reporta, em muitas edições, diretamente à sociedade civil, utilizando-se por vezes de discurso direto, com os pronomes “tu” e o “você”, principalmente em recursos como questionários e testes ou ao trabalhar a temática da educação ambiental. Outras vezes apresenta exemplos de iniciativas da sociedade civil em prol do meio ambiente, alternando-as com iniciativas de empresas privadas e da própria Vale.

O Estado, de forma geral, aparece timidamente na narrativa da revista. Quando aparece, mostra-se de duas formas: ou na forma de parceiro, por meio de instituições de pesquisa como a Embrapa, o Museu Emílio Goeldi e as universidades; ou de forma negativa, como elemento

burocráticos, que impõe dificuldades às boas iniciativas da sociedade civil ou como personagem passivo que só age quando provocado.

A Vale, pela escolha de delimitação do *corpus*, está presente em todas as narrativas, o vocabulário que orbita em torno dela se enquadra na semântica dos termos ligados à sustentabilidade. A empresa busca construir sentidos que a vinculem à ideia de preservação e sustentabilidade, normalmente invisibilizando os aspectos predatórios de sua atividade, ou buscando uma narrativa de conciliação, apresentando ao leitor compensações que têm por finalidade contrabalancear os sentidos negativos configurados em torno do nome da empresa fora do mundo do texto.

As temáticas escolhidas preferencialmente para configurar esses sentidos são: incentivo à ciência e às novas tecnologias; manutenção do Parque Zoobotânico e da Floresta Nacional de Carajás; incentivo à criação de áreas de preservação ambiental; manutenção de um sistema de reaproveitamento de água nas atividades de extração mineral; e incentivo a atividades pedagógicas junto à comunidade, como o programa Orquestra Jovem Vale Música.

## 6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir da análise das matérias da revista *Amazônia Viva*, percebemos que a sustentabilidade é retratada na narrativa como uma postura, um modo de agir diante da vida, representado pelas decisões tomadas ao longo do dia na forma de “atitudes sustentáveis”. Isto se explicita tanto nos testes presentes em algumas edições, para saber se o leitor tem um “comportamento sustentável”, como nos guias, espécies de passo a passo, que ensinam como ter um comportamento mais sustentável nas atitudes cotidianas. Também é possível perceber o incentivo da revista às iniciativas sustentáveis da população em geral, por meio das matérias que retratam ações de pessoas da sociedade civil que possuem alguma ideia inovadora ligada ao conceito de sustentabilidade e conseguem colocá-la em prática, mudando com isso a vida de outras pessoas, influenciando-as positivamente.

Quanto à forma, vemos que as narrativas institucionais de sustentabilidade podem se configurar de três modos diferentes. O primeiro deles se dá por meio de texto que oferece “razões para” alguma coisa, em geral algo relacionado à Amazônia e à sustentabilidade. Esse modelo de narrativa lembra um manual ou uma receita e, por ser composto de itens listados, optamos por denominá-lo como modelo enumerativo.

Esta forma de narrar apresenta problemas pelo fato de simplificar as especificidades complexas dos problemas da região Amazônica. Em muitos dos textos pesquisados, verificamos que o narrador interage com o leitor e confere a ele a responsabilidade pela preservação do meio ambiente e pelas iniciativas sustentáveis. Inclusive, os textos jornalísticos de outras modalidades e outras seções da revista estão permeados de narrativas em que a sociedade civil se organiza em torno de alguma causa que é usada como exemplo pela revista, com a construção de sentidos positivos sobre essas ações.

Essa segunda modalidade de narrativa, a jornalística, apresenta a característica de embasar numericamente ou referenciar cada afirmação na fala de alguma autoridade no tema, como forma de conferir credibilidade ao discurso e às ideias que estão sendo propostas pelo narrador. Percebemos ainda a utilização corrente de infográficos, ilustrações, tabelas e quadros, trabalhados esteticamente para facilitar a apreensão dos dados científicos e viabilizar o entendimento do leitor. Outra característica das narrativas, principalmente desse estilo jornalístico, encontra-se no apelo ao cientificismo. O discurso da ratificação das informações pela ciência ou pelo discurso direto do cientista é sempre revisitado, não apenas na seção principal, analisada nesta pesquisa, como em várias outras, distribuídas no interior da revista.

O terceiro método narrativo que identificamos remete ao jornalismo literário e utiliza uma linguagem poética, com uma estética romântica que lembra os relatos dos primeiros cronistas do período colonial que vieram à Amazônia. Os textos, em geral versam sobre a exuberância da natureza, da fauna e da flora, com imagens fotográficas que apelam à estética do belo. O nativo do ambiente retratado é frequentemente elevado ao status de “cuidador/defensor da floresta/natureza” e é estereotipado de maneira similar ao ocorrido com indígenas que originaram o mito do “bom selvagem”, retratado também nos relatos dos viajantes europeus. Usualmente são apresentados pelo narrador como homens e mulheres que vivem em comunhão com a natureza e que não possuem maiores ambições; em geral são felizes, tranquilos e possuem um linguajar peculiar, além de aparentarem possuir vários conhecimentos sobre os segredos da natureza, os quais constituem-se em uma espécie de mistério para o narrador.

Por possui a característica de ser um veículo híbrido, que não divisa precisamente onde termina a publicidade e onde começa o jornalismo, característica muito presente em veículos de viés institucional, foi necessário identificar os mecanismos de sedução trabalhados nessa narrativa, que se apóia em argumentos de sentidos tanto estéticos quanto práticos e estruturais, selecionados para captar a atenção do leitor. Constatamos que as temáticas escolhidas preferencialmente para configurar esses sentidos foram as ligadas à ciência e à tecnologia; às ações de promoção da preservação ambiental praticada pela Vale, como manutenção do Parque Zoobotânico e da Floresta Nacional de Carajás; à promoção também de atividades pedagógicas e patrocinadas pela empresa, como a Orquestra Jovem Vale Música; além do incentivo à criação de áreas de preservação ambiental; e à reutilização de água e dejetos resultantes de suas atividades extratoras.

Devido ao corte metodológico para seleção do *corpus*, a Vale está presente em todas as edições analisadas, o que confere à pesquisa uma abrangência ampla e uma análise completa de todo o conteúdo institucional presente na revista, durante todo o período em que foi produzida por *O Liberal* e patrocinada pela mineradora. Percebemos, assim que a empresa produz recorrentemente uma narrativa enviesada, que evidencia as ações de sustentabilidade produzidas ou promovidas por ela mesma e pela sociedade civil, ao mesmo tempo em que invisibiliza tanto os aspectos predatórios inerentes à atividade que desenvolve, quanto o Estado, enquanto gestor do território, dos recursos naturais, e mediador das relações entre empresa e sociedade.

Decorrente desse fato, identificamos, no que se refere às narrativas que falam sobre a empresa, uma abordagem conciliadora da parte do narrador, na qual este apresenta ao leitor

sentidos de compensação. Ou seja, no universo configurado pelo texto, as ações sustentáveis, nas quais a empresa se engaja, possuem o mesmo peso que as ações predatórias que ela promove pela natureza de suas operações.

Essa escolha da narrativa pela evidenciação da sustentabilidade, além de ter a intencionalidade de suavizar a narrativa predatória, que se constrói na intertextualidade em relação à empresa, também vem como resposta às novas demandas sociais no que diz respeito à preservação ambiental, à ecologia e à sustentabilidade, conforme o contexto desenhado por Sachs (2009), que emergiu pós-Segunda Guerra, e conforme as novas exigências dos cidadãos consumidores, com um novo perfil de consumo ligado e engajado às causas sociais e ambientais.

A *Amazônia Viva* produz uma narrativa vinculada às narrativas intertextuais e também informativa, didática e com forte apelo imagético e estético. Uma das dificuldades encontradas na análise da revista consistiu na gama de temáticas que precisaram ser discutidas para que tivéssemos arcabouço teórico suficientemente desenvolvido para compreender sua narrativa, visto que ela abarca tanto o imaginário e a espetacularização da Amazônia, quanto a organização da Vale e sua relação política com o Estado e a sociedade.

A configuração da narrativa institucional, por não ser trabalhada de forma ampla e multidisciplinar, também ofereceu dificuldades para a construção teórica e para o estabelecimento de mecanismos de análise do material selecionado. Ao trabalhar a empresa como instituição nos deparamos com abordagens administrativas, que lidam com normas culturas e identidade organizacional; jurídicas, que estabelecem diretrizes de atuação e personalidade jurídica à organização; sociológicas, abarcadas pela sociologia das organizações, que se preocupa com as relações sociais dentro da instituição e que compreende as instituições como microssociedades; e finalmente da perspectiva da Comunicação, que, por ser muito instrumental, lida com a organização/empresa como uma receita, ditando um manual de como a empresa deve comunicar, e como o assessor de imprensa deve conduzir a relação da empresa com o ambiente externo a ela.

A principal dificuldade residiu na tentativa de utilizar uma abordagem diferente da usualmente trabalhada pela comunicação de cunho organizacional, de percorrer o caminho da instituição enquanto *persona* social, dotada de uma identidade tipificada e de uma personalidade, não apenas jurídica, mas socialmente construída, determinada e compreendida; uma empresa que tentamos conhecer por meio de suas estratégias de comunicação. Porém, percebemos a dificuldade de trabalhar com a bibliografia disponível no campo da comunicação empresarial, que ainda entende a comunicação por uma perspectiva tecnicista, que indica

“formas de proceder” da assessoria de comunicação e que funciona como guias para diversas situações pelas quais a empresa pode passar.

Para entender a *persona* empresa, foi necessário compreender não apenas as estratégias de comunicação, a forma, o conteúdo abordado, mas também a história da organização, a relação dela com seu passado, com o poder, com o Estado, com o jornal parceiro na produção da revista e também com a sociedade e suas demandas constantemente mutáveis. A união de fatores tão heterogêneos em uma mesma pesquisa e que poderiam inicialmente parecer aleatórios, mostrou-se um esforço teórico difícil que nos obrigou a buscar fontes fora do campo comunicacional, na sociedade e na própria narrativa humana, que faz parte da configuração do homem enquanto ser que se entende se relacionando com o mundo e no mundo, no tempo e no espaço.

Por fazer parte do universo semântico amazônico e escolher temas que se relacionam com a Amazônia, foi necessário compreender as narrativas do imaginário pré-existente sobre a região, para identificar qual visada, apropriações e olhares o objeto lançava sobre este mundo. A proposta de se construir uma narrativa nova, defendido pelo editorial da revista, feita “de dentro para fora”, se mostrou por vezes contraditória e até inconsistente, ao se verificar o reforço de aspectos das narrativas do imaginário tecidas “de fora para dentro”, desde o período colonial, ratificadas no período militar e no governo atual. Sobretudo, naquelas que buscavam despertar a emoção e provocar efeitos estéticos de sentido no leitor.

Verificamos a utilização de personagens tipificados, construídos pelo imaginário popular. A retomada do personagem do caboclo sem ambição, em contato com a natureza, que vive em um tempo diferente do homem urbano, assim como a visão idílica de paraíso terrestre, de lugar com abundância de recursos, onde está localizada a cura de diversas doenças e a solução para vários problemas ambientais do planeta. Além disso, percebemos também o reforço ao discurso da racionalização de recursos e da supremacia da ciência. Mesmo nas matérias em que se buscava exaltar o saber popular, era o personagem do cientista que tinha autoridade intelectual para definir se esse saber era válido ou não. Muitas das aparições da própria empresa dentro da narrativa eram como racionalizadoras de um potencial não aproveitado pelo Estado, ou pela sociedade civil, por falta de condições ora financeiras, ora de capacidade técnico/intelectual para conferir uso racional aos recursos disponíveis.

Encontramos, de forma recorrente na narrativa da revista, a tentativa da empresa de, por extensão, compartilhar seus sucessos e metas com a sociedade e o Estado, produzindo sentidos positivos para o leitor. Em vários excertos, destinados diretamente à narrativa institucional, percebemos que a empresa comemora metas alcançadas e aumento na produtividade,

sustentando a impressão de que essas conquistas são também da coletividade e que serão eventualmente convertidas em benefício para esta. Estes sentidos efetivamente não se sustentam, considerando a natureza da atividade desenvolvida pela empresa privada que, diferente das instituições públicas, tem como objetivo principal o lucro.

A ação de mergulhar no objeto e olhar através do texto requer um exercício constante, contínuo e circular de afastamento e aproximação, que exige do observador uma análise minuciosa e uma autoavaliação constante. A principal dificuldade na análise da narrativa baseada na fenomenologia hermenêutica, conforme indicado por Ricoeur ao se referir ao círculo hermenêutico, reside na dependência que ela apresenta em relação ao observador. Fazemos, ao empreender este tipo de análise, movimentos de ida e volta, de encontro com o mundo do texto e de volta para nosso mundo enquanto leitores. Portanto, muitos aspectos da interpretação dependem do arcabouço teórico do próprio analista e do acervo disponível em seu mundo. Conforme indica Motta (2013), para se analisar completamente a narrativa, é necessário um vasto conhecimento da linguagem, dos símbolos e da cultura, pois a narrativa é um modo de comunicação que transborda, que está em tudo, em todas as formas de expressão humana, na arte, no cinema, no jornalismo, na publicidade, na oralidade e na História.

Para Ricoeur (2010), a narrativa foi a forma encontrada pelo homem de se compreender no mundo. Santo Agostinho fazia analogias em que comparava o tempo a palavras de um poema: quanto mais palavras dizemos, menos palavras nos restam para dizer, quanto mais tempos vivemos, menos tempo de vida nos resta. Só compreendemos o sentido do poema todo quando ele termina, assim como as medidas de tempo, que só podemos medir depois que passam. Para compreender o homem no tempo, portanto, precisamos primeiramente compreender que tudo no mundo humano é narrativo, tanto a estruturação de seu intelecto quanto a produção de cultura, história e imaginário.

Além da dificuldade de compreender uma narrativa específica que está inserida no mundo narrativo, que depende da intertextualidade e é tecida com base em um diálogo permanente com o mundo da vida, encontramos a dificuldade da pouca produção de trabalhos científicos que aplicassem esse método. A discussão empreendida por Ricoeur influenciou muitos pesquisadores e serviu como base para muitas discussões no campo teórico. Porém, apesar de o autor fornecer indícios de como se deve proceder, qual postura o analista deve ter, ele não indica os reais caminhos de aplicação metodológica, daí a necessidade de buscar aporte no trabalho de outros analistas da narrativa.

A escolha por Motta residiu no fato de ele oferecer caminhos mais objetivos de aplicação do método, mas é importante ressaltar que ele oferece muitos modos de “olhar” para a narrativa,



que vão desde o estruturalismo até a fenomenologia e, para efetuar a escolha pela análise fenomenológico-hermenêutica, foi necessário isolarmos alguns aspectos dos caminhos metodológicos indicados pelo autor. O fato de não termos encontrado trabalho pré-existente que fizesse o mesmo empreendimento foi um fator de risco, que tornou a análise um constante exercício de “tatear no escuro”, tornando-a ao mesmo tempo uma atividade arriscada e instigante. Além disso, o objeto demandou atenção, por contemplar duas narrativas, imagética e textual, e, dentro da textual, textos variados na forma, com linguagens e abordagens muito distintas, dependendo do objetivo do narrador (que nem sempre era o mesmo jornalista), o que resultou em graus de dificuldade variados na análise, com textos menos ou mais elaborados, narrativas múltiplas em alguns, contínuas e únicas em outros, informais e com sentidos poéticos em algumas e noutras, mais formais e com ampla utilização de dados e conceitos.

Pensamos, inicialmente, em realizar entrevistas com a equipe produtora do periódico e analisar também sua narrativa oral, o entendimento pessoal próprio, enquanto produtores dos textos e imagens da revista, objetivando compreender como eles pensam o agenciamento das ações do mundo da vida no texto produzido. Porém, para cobrir todo o *corpus* selecionado, e fazer uma análise completa da narrativa institucional da revista com o tema da sustentabilidade, optamos, pensando no tempo disponível para finalizar a pesquisa, por orientar nosso olhar para o que o leitor tem acesso quando entra em contato com o material produzido: o papel, as palavras, as imagens e sua própria subjetividade.

Esperamos, assim, compreender cada vez mais os sentidos das narrativas que nós mesmos produzimos, enquanto profissionais e pesquisadores da comunicação amazônicas; compreender que nossa própria subjetividade e nossa identidade narrativa se configuram no coletivo, conforme indica Ricoeur. Se configuram também em uma estrutura imaginária que já existia antes de nascermos e que sobreviverá à nossa existência. Esta constrói seus alicerces em elementos disponíveis na nossa bacia semântica e, por vezes, sem percebemos, enviesam nossa interpretação do mundo.

Produzimos narrativas o tempo todo, enquanto dormimos, sonhando, enquanto acordados, refletindo, e essas narrativas orientam nosso olhar sobre nós mesmos, como também são configuradas pelas narrativas de olhares alóctones, que passam, mas não sem antes nos deixarem palavras e imagens que contam histórias sobre nós e sobre outros. Sobre amazonas, Eldorados, infernos verdes e paraísos.

## REFERÊNCIAS

AMARAL FILHO, Otacílio. **A marca amazônia**: uma promessa publicitária para fidelização de consumidores nos mercados globais. – 413 f. Tese (Doutorado em Desenvolvimento Sustentável do Trópico Úmido) – Núcleo de Altos Estudos Amazônicos, Universidade Federal do Pará, Belém, 2008.

\_\_\_\_\_. Verde que te quero verde: a estética da marca Amazônia. In: MALCHER, Maria Ataíde et al. (Org.). **Comunicação Midiatizada na e da Amazônia**. Belém, FADESP, 2011. p. 83-100.

ARISTÓTELES. **Poética**. Lisboa: Calouste Gulbenkian, 2008.

BARBOSA, Mauro Médice. **Entre a filha enfeitada e o paraensismo**: as narrativas das identidades regionais na Amazônia Paraense. – 446 f. Tese (Doutorado em História Social) – Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2010.

BECKER, Bertha K. **As amazônias de Bertha K. Becker**: ensaios sobre geografia e sociedade na região amazônica: vol. 1. Rio de Janeiro: Garamond, 2015.

BERGER, Peter; LUCKMANN, Thomas. **A construção social da realidade**: tratado de sociologia do conhecimento. 36. ed. Petrópolis: Vozes, 2014.

BOFF, Leonardo. **Saber cuidar**: ética do humano – compaixão pela terra. 9. ed. Petrópolis: Vozes, 2004.

BUENO, Magali Franco. **O imaginário brasileiro sobre a Amazônia**: uma leitura por meio dos discursos dos viajantes, do Estado, dos livros didáticos de Geografia e da mídia impressa. São Paulo: USP, 2002. 187 f. Dissertação (Mestrado em Geografia) – Programa de Pós-graduação em Geografia Humana, Departamento de Geografia da Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2002.

BUENO, Wilson da Costa. **Comunicação empresarial**: políticas e estratégias. São Paulo: Saraiva, 2009.

\_\_\_\_\_. **Comunicação empresarial**: teoria e pesquisa. Barueri: Manole, 2003.

CARVALHO, Carlos Alberto de. A tríplice mimese de Paul Ricoeur como fundamento para o processo de mediação jornalística. In: ENCONTRO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO, 19., 2010, Rio de Janeiro, **Anais...** Brasília: Compós, 2010.

\_\_\_\_\_. Entendendo as narrativas jornalísticas a partir da tríplice mimese proposta por Paul Ricoeur. **Matrizes**, São Paulo, ano 6, n. 1, p. 169-187, jul./dez. 2012.

CASTORIADIS, Cornelius. **A instituição imaginária da sociedade**. 3. ed. São Paulo: Paz e Terra, 1995.

COMPARATO, Fábio Konder. **A afirmação dos direitos humanos**. 3. ed. São Paulo: Saraiva, 2003.

\_\_\_\_\_. **Estado, Empresa e Função Social**. São Paulo: RT. 732, 1996.

COSTA, Antônio Aurélio Oliveira. Reconhecimento de si e identidade narrativa: o si mesmo que se diz de múltiplas formas. **Sapere Aude**, Belo Horizonte, v.1, n.1, p.151-152, 1º sem. 2010.

COSTA, Luciana Miranda. A formação do campo ambiental: um resgate histórico do contexto nacional e amazônico. **Tempo da Ciência (UNIOESTE)**, Cascavel, v. 12, p. 147-176, 2005.

COSTA, Vânia Maria Torres. ‘**À sombra da floresta:** os sujeitos amazônicos entre estereótipo, invisibilidade e colonialidade no telejornalismo da Rede Globo. – 290 f. Tese (Doutorado em Comunicação Social) – Instituto de Artes e Comunicação Social, Universidade Federal Fluminense, Rio de Janeiro, 2011.

CUCOLO, Eduardo. Vale compra empresa canadense e se torna 2ª maior do mundo. **G1**, 24 out. 2006. Disponível em: <<http://g1.globo.com/Noticias/Economia/0,,AA1322545-5599,00.html>>. Acesso em: 26 jul. 2016.

DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

DOL. Igreja do Carmo passará por restauro completo. **Diário Online**, 12 jan. 2012. Disponível em: <<http://www.diarioonline.com.br/noticia-183021-igreja-do-carmo-passara-por-restauro-completo.html>>. Acesso em 30 de janeiro de 2017.

DURAND, Gilbert. **O imaginário:** ensaio acerca das ciências e da filosofia da imagem. Rio de Janeiro: DIFEL, 1998.

DUTRA, Manuel Sena. **A natureza da mídia:** os discursos da TV sobre a Amazônia, a biodiversidade, os povos da floresta. São Paulo: Annablume, 2009.

ETZIONI, Amitai. **Análise comparativa das organizações complexas:** sobre o poder, e engajamento e seus correlatos. Rio de Janeiro, Zahar; São Paulo: Ed. da Universidade de São Paulo, 1974.

\_\_\_\_\_. **Organizações modernas**. 7. ed. São Paulo: Pioneira, 1984.

FERREIRA, Mônica. Vale e Capes oferecem bolsas de pós-doutorado. **Vale**, 01 set. 2016. Disponível em: <[http://saladeimprensa.vale.com/Paginas/Releases.aspx?r=Vale\\_e\\_Capes\\_oferecem\\_bolsas\\_d\\_e\\_pos\\_doutorado\\_&s=Inovacao\\_e\\_Tecnologia&rID=1857&sID=4](http://saladeimprensa.vale.com/Paginas/Releases.aspx?r=Vale_e_Capes_oferecem_bolsas_d_e_pos_doutorado_&s=Inovacao_e_Tecnologia&rID=1857&sID=4)>. Acesso em 30 de janeiro de 2017.

FLUSSER, Vilém. **Comunicologia:** reflexões sobre o futuro: as conferências de Bochum. São Paulo: Martins Fontes – selo Martins, 2014.

\_\_\_\_\_. **Língua e realidade**. São Paulo: Annablume, 2007.

\_\_\_\_\_. **O mundo codificado:** por uma filosofia do design e da comunicação. São Paulo: Cosac Naify, 2013.

G1 PARÁ. Cidade com pior IDH no país, Melgaço, PA, tem 50% de analfabetos. **G1 Pará**, 29 jul. 2013. Disponível em: <<http://g1.globo.com/pa/para/noticia/2013/07/cidade-com-pior-idh-no-pais-melgaco-pa-tem-50-de-analfabetos.html>>. Acesso em 20 de janeiro de 2017.

GIDDENS, Anthony. **Sociologia**. 6. ed. Porto Alegre: Artmed, 2005.

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

HALLIDAY, Tereza Lúcia. Discurso organizacional: uma abordagem retórica. In: KUNSCH, Margarida Krohling (Org.). **Comunicação Organizacional:** linguagem, gestão e perspectivas. São Paulo: Saraiva, 2009. p. 31-52.

JODELET, Denise. Representações sociais: um domínio em expansão. In: JODELET, Denise (Org.). **As representações sociais**. Rio de Janeiro: EdUERJ, 2001. p. 17-44.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. **Planejamento de relações públicas na comunicação integrada**. São Paulo: Summus, 2003.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling; OLIVEIRA, Ivone de Lourdes (Org.). **A Comunicação na gestão da sustentabilidade das organizações**. São Caetano do Sul: Difusão Editora, 2009.

LAPASSADE, Georges. **Grupos, Organizações e Instituições**. Rio de Janeiro: F. Alves, 1977.

LÉVI-STRAUSS, Claude. **O pensamento selvagem**. Companhia Editora Nacional, São Paulo, 1976.

LIPOVETSKY, Gilles. **A estetização do mundo: Viver na era do capitalismo artista**. São Paulo: Companhia das Letras, 2015.

MARSHALL, Leandro. **O Jornalismo na era da publicidade**. São Paulo: Summus, 2003.

MASLOW, Abraham H. **Motivation and personality**. New York: Harper & Brothers, 1954.

MOSCOVICI, Serge. **Representações sociais: investigações em psicologia social**. Petrópolis: Vozes, 2003.

MOTTA, Luiz Gonzaga. **Análise crítica da narrativa**. Brasília: Universidade de Brasília, 2013.

MOTTA, Luiz Gonzaga. **Análise pragmática da narrativa jornalística**. In: LAGO, C.; BENETTI, M. Metodologia de pesquisa em jornalismo. Petrópolis: Vozes, 2007. P.143-167.

O LIBERAL. **Amazônia Viva**, Belém, ano 1, n. 1, set. 2011a.

\_\_\_\_\_. **Amazônia Viva**, Belém, ano 1, n. 2, out. 2011b.

\_\_\_\_\_. **Amazônia Viva**, Belém, ano 1, n. 3, nov. 2011c.

\_\_\_\_\_. **Amazônia Viva**, Belém, ano 1, n. 6, fev. 2012a.

\_\_\_\_\_. **Amazônia Viva**, Belém, ano 1, n. 8, abr. 2012b.

\_\_\_\_\_. **Amazônia Viva**, Belém, ano 1, n. 11, jul. 2012c.

\_\_\_\_\_. **Amazônia Viva**, Belém, ano 2, n. 15, nov. 2012d.

\_\_\_\_\_. **Amazônia Viva**, Belém, ano 2, n. 19, mar. 2013a.

\_\_\_\_\_. **Amazônia Viva**, Belém, ano 2, n. 21, maio 2013b.

\_\_\_\_\_. **Amazônia Viva**, Belém, ano 2, n. 22, jun. 2013c.

\_\_\_\_\_. **Amazônia Viva**, Belém, ano 3, n. 29, jun. 2014a.

\_\_\_\_\_. **Amazônia Viva**, Belém, ano 3, n. 35, jul. 2014b.

\_\_\_\_\_. **Amazônia Viva**, Belém, ano 4, n. 41, jan. 2015a.

\_\_\_\_\_. **Amazônia Viva**, Belém, ano 4, n. 43, mar. 2015b.

PÁDUA, José Augusto. As bases teóricas da história ambiental. **Estudos avançados**, São Paulo, v. 23, n. 68, p. 81-101, 2010.

PINTO, Lúcio Flávio. **A Amazônia em questão: Belo Monte, Vale e outros temas**. São Paulo: B4 Editores, 2012a.

\_\_\_\_\_. A realidade e a fantasia. **Cartas da Amazônia**. 12 jan. 2012b. Disponível em: <<https://br.noticias.yahoo.com/blogs/cartas-amazonia/realidade-e-fantasia-215228933.html>>. Acesso em: 28 out. 2015.

\_\_\_\_\_. A Vale e o Liberal. **Lúcio Flávio Pinto**, 7 nov. 2015. Disponível em: <<https://lucioflaviopinto.wordpress.com/2015/11/07/a-vale-e-o-liberal/>>. Acesso em: 29 jun. 2016.

- RICOEUR, Paul. **Du texte a l'action**. Paris: Éditions du Seuil, 1986.
- \_\_\_\_\_. **Interpretação e ideologias**. Rio de Janeiro, F. Alves, 1990.
- \_\_\_\_\_. **Tempo e Narrativa (Tomo I)**. Campinas: Papirus, 1994.
- \_\_\_\_\_. **Tempo e Narrativa (Tomo II)**. Campinas: Papirus, 1995.
- \_\_\_\_\_. **Tempo e Narrativa (Tomo III)**. Campinas: Papirus, 1997.
- \_\_\_\_\_. **Tempo e Narrativa: a intriga e a narrativa histórica**. São Paulo; Editora WMF Martins Fontes, 2010.
- ROCHA, Bruno. Bem natural. **Amazônia Viva**, Belém, ano 4, n. 43, p. 38-45, mar. 2015.
- ROSA, Bruno. Vale do Rio Doce passa a se chamar apenas Vale. **O Globo**, 29 nov. 2007. Disponível em: < <http://oglobo.globo.com/economia/vale-do-rio-doce-passa-se-chamar- apenas-vale-4137583>>. Acesso em 31 jan. 2017.
- ROSA, Mário. **A era do escândalo: lições, relatos e bastidores de quem viveu as grandes crises de imagem**. 3. ed. São Paulo: Geração Editorial, 2004.
- SACHS, Ignacy. **Caminhos para o desenvolvimento sustentável**. Rio de Janeiro: Garamond, 2009.
- SENADO FEDERAL. Conferência Rio-92 sobre o meio ambiente do planeta: desenvolvimento sustentável dos países. **Em discussão!**, Brasília, v. 3, n.11, jun. 2012. Disponível em: <<http://www.senado.gov.br/noticias/Jornal/emdiscussao/rio20/a-rio20/conferencia-rio-92- sobre-o-meio-ambiente-do-planeta-desenvolvimento-sustentavel-dos-paises.aspx>>.
- SILVA, Marcio David Macedo da. **Publicidade e sustentabilidade: um diálogo possível?! uma visão crítica do pensamento de publicitários pan-amazônidas**. – 318 f. Tese (Doutorado) – Universidade Federal do Pará, Núcleo de Altos Estudos Amazônicos, Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Sustentável do Trópico Úmido, Belém, 2014.
- SILVA NETO, Belmiro Ribeiro (Coord.). **Comunicação corporativa e reputação: construção e defesa da imagem favorável**. São Paulo: Saraiva, 2010.
- VALE. Instituto Tecnológico Vale. **Vale**, [201-]d. Disponível em: < <http://www.vale.com/brasil/PT/initiatives/innovation/itv/Paginas/default.aspx>>. Acesso em 30 de janeiro de 2015.
- \_\_\_\_\_. Parque Zoobotânico de Carajás. **Vale**, [201-]b. Disponível em: <<http://www.vale.com/brasil/PT/initiatives/environmental-social/zoobotanic- park/Paginas/default.aspx>>. Acesso em 30 de janeiro de 2017.
- \_\_\_\_\_. Patrocínios: Círio de Nazaré. **Vale**, [201-]c. Disponível em: <<http://www.vale.com/brasil/pt/aboutvale/patrocínios/projetos-patrocínados/cirio- nazare/paginas/default.aspx>>. Acesso em 30 de janeiro de 2017.
- \_\_\_\_\_. Sobre a Vale: missão, visão e valores. **Vale**. [201-]a. Disponível em: <<http://www.vale.com/brasil/pt/aboutvale/mission/paginas/default.aspx>>. Acesso em 28 de julho de 2016.

**MATÉRIAS ANALISADAS**

10 BOAS ideias para mudar o ritmo da Amazônia. **Amazônia Viva**, Belém, ano 1, n. 2, p. 26-37, out. 2011.

14 MOTIVOS para acreditar em uma Amazônia melhor em 2014. **Amazônia Viva**, Belém, ano 3, n. 29, p. 34-41, jun. 2014.

AMAZÔNIA das águas. **Amazônia Viva**, Belém, ano 4, n. 41, p. 38-45, jan. 2015.

AMAZÔNIA que te quero grande. **Amazônia Viva**, Belém, ano 1, n. 11, p. 24-35, jul. 2012.

APRENDENDO a cultivar boas parcerias. **Amazônia Viva**, Belém, ano 1, n. 3, p. 31-37, nov. 2011.

BEM natural. **Amazônia Viva**, Belém, ano 4, n. 43, p. 38-45, mar. 2015.

LIÇÃO de casa que vem da natureza. **Amazônia Viva**, Belém, ano 1, n. 6, p. 36-45, fev. 2012.

MAGNITUDE preservada. **Amazônia Viva**, Belém, ano 2, n. 19, p. 34-43, mar. 2013.

NO RASTRO das abelhas. **Amazônia Viva**, Belém, ano 3, n. 35, p. 37-43, jul. 2014.

O SINAL verde para a preservação. **Amazônia Viva**, Belém, ano 1, n. 1, p. 28-33, set. 2011.

QUANDO renasce um rio. **Amazônia Viva**, Belém, ano 2, n. 21, p. 36-45, maio. 2013.

RECICLE o seu modo de pensar. **Amazônia Viva**, Belém, ano 1, n. 8, p. 26-33, abr. 2012.

UM PLANO sustentável para Algodual. **Amazônia Viva**, Belém, ano 2, n. 15, p. 38-46, nov. 2012.

UMA VIDA livre do desnecessário. **Amazônia Viva**, Belém, ano 2, n. 22, p. 36-45, jun. 2013.