

Para além do sensacionalismo: dimensões identitárias e jornalismo mediatizado na Amazônia¹

Regina Lúcia Alves de Lima² e Antônio Carlos Fausto da Silva Júnior³

1 Trabalho apresentado no grupo de pesquisa *Televisão e vídeo* do XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (Intercom), realizado na Universidade Federal do Amazonas (UFAM), em Manaus (AM), no período de 4 a 7 de setembro de 2013.

2 Professora do Programa de Pós-Graduação Comunicação, Cultura e Amazônia (PPGCOM), da Universidade Federal do Pará (UFPA). rebacana@gmail.com.

3 Mestrando no Programa de Pós-Graduação Comunicação, Cultura e Amazônia (PPGCOM), da Universidade Federal do Pará (UFPA). antoniofaustojr@gmail.com.

Resumo

A mídia não está imune à midiaticização. Esse campo vem reinventando as próprias narrativas com o intuito de gerar maiores afinidades discursivas junto aos receptores e interagir ainda mais com a sociedade. Este artigo se propõe a analisar as estratégias discursivas do que convencionamos chamar de jornalismo midiaticizado, com o objetivo de constatar como as dimensões identitárias se revelam nesse dispositivo discursivo. Para tanto, debruçamo-nos sobre três edições do *Balanço geral*, produzido pela emissora afiliada da *TV Record* no município de Marabá, sudeste do Pará. Consideramos que as gírias, as imagens e as trilhas sonoras utilizadas no programa são sintomáticas das tentativas da mídia de se ajustar a uma Amazônia urbanizada e industrializada, para além do sensacionalismo.

Palavras-chave

Amazônia, audiovisual, jornalismo, midiaticização.

Abstract

Media is not immune to mediatization. This field of study reinvents its own narratives in order to create even higher discursive bonds among the receptors and to interact even more with society in general. This paper aims to analyze the discursive strategies of what we usually call mediatized journalism, trying to recognize how the identity dimensions reveal themselves in the discursive dispositive. We recur to three editions of the television news show *Balanço geral*, produced by *TV Record* in Marabá, southeast of Pará. We consider that the slangs, images and soundtrack used in television news are a symptom of the media attempts, beyond sensationalism, to fit to an image of an urban and industrial Amazon.

Keywords

Amazon, audiovisual, journalism.

Este artigo integra a primeira etapa do projeto de pesquisa *Análise dos Processos de Produção e Recepção de Conteúdos Audiovisuais Midiáticos Veiculados em Emissoras de Televisão da Região Norte*, que prevê o levantamento e a análise dos audiovisuais televisivos produzidos e exibidos nos municípios paraenses de Marabá e de Santarém. Fomos incumbidos de levantar e selecionar, dentre os programas das emissoras televisivas de Marabá, um audiovisual para análise. Optamos, então, pelo *Balanço geral Marabá*, devido à regularidade com que as edições são disponibilizadas no *Youtube*⁴.

Marabá⁵ está situada no sudeste do estado do Pará e conta com aproximadamente 233,7 mil habitantes. O território hoje pertencente ao município começou a ser ocupado no final do século XIX, em função do ciclo da borracha, e foi alçado à condição de cidade em 27 de outubro de 1923⁶. A cidade de Marabá foi cogitada para capital do que viria a ser o Estado de Carajás, caso a divisão do Pará tivesse sido aprovada em plebiscito realizado em todo o Estado no final de 2011.

É sabido que a Amazônia é uma região heterogênea, tanto do ponto de vista social quanto cultural, constituída por várias Amazônias. A proposta de divisão do Pará em dois novos Estados, o de Carajás e o de Tapajós (cujas capitais seriam a cidade de Santarém, situada no oeste do Pará), é sintomática dessa diversidade, convertida em um movimento separatista rejeitado pela maioria dos paraenses no plebiscito de dezembro de 2011.

Daí a escolha de Marabá e de Santarém para compor o *locus* do estudo sugerido no projeto *Análise dos processos de produção e recepção de conteúdos audiovisuais midiáticos veiculados em emissoras de televisão da região norte*. Avaliamos que esses municípios compõem um universo representativo para alcançarmos o objetivo geral do projeto, que é o de analisar os campos da produção e da recepção dos conteúdos audiovisuais midiáticos veiculados nas emissoras de televisão da região norte.

4 Ver <http://www.youtube.com/user/bgmaraba?feature=watch>

5 Marabá é palavra de origem indígena e significa "filho do prisioneiro", "estrangeiro" ou, ainda, "filho da índia com o branco".

6 Informações extraídas do portal do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), no <http://www.ibge.gov.br/cidadesat/painel/painel.php?codmun=150420>, e do portal da Prefeitura Municipal de Marabá, <http://maraba.pa.gov.br/sobre-maraba/>, ambos acessados em 12 de junho de 2013.

A palavra “Amazônia”, aliás, carrega uma carga pesada de preconceitos na prática discursiva, destaca Dutra (2009). Segundo esse autor, ao lado de uma Amazônia urbana e moderna subsistem outras peculiares Amazônias, marcadas por traços específicos que fazem dessas mesorregiões pautas frequentes na mídia nacional, principalmente na televisão (DUTRA, 2009, p.17).

Este artigo se debruça sobre aquela Amazônia urbana e moderna, cujas dimensões identitárias são constatadas no discurso midiático produzido no âmbito de uma Amazônia marcada por rodovias e indústrias mineradoras, onde fica o município de Marabá. Criado em meio ao fluxo de goianos e maranhenses⁷, Marabá dista não apenas geograficamente, mas também simbolicamente, do imaginário das águas⁸ que costuma subsidiar os discursos exógenos produzidos pela mídia sobre a região.

De acordo com Gregolin (2007, p.13), a mídia converte trajetos históricos de sentidos em discursos. Nossa proposta é analisar as regularidades discursivas da narrativa midiática do programa *Balanço geral Marabá*, produzido e exibido pelo Sistema Fox de Comunicação, emissora afiliada da *TV Record*, e relacioná-las às dimensões identitárias desse município do sudeste paraense. Marabá, afinal, fica na área de atuação da Vale⁹ e é banhado pelo rio Tocantins, cujo nome é uma das recorrências no discurso do programa.

Consideramos que o *Balanço geral Marabá* ilustra essa pluralidade regional, refletida também nas mesorregiões definidas para dar conta da complexidade social e geográfica característica da Amazônia e do Estado do Pará. Numa das edições do programa analisada neste artigo, por exemplo, o apresentador Milton Faria faz referência à capital paraense, Belém, por meio do advérbio de lugar “lá”: “... lá das terras de Belém”, diz, em tom irônico, insinuando a distância simbólico-geográfica existente entre as duas localidades¹⁰.

7 Ver <http://www.ibge.gov.br/cidadesat/painel/painel.php?codmun=150420>, acessado em 12 de junho de 2013.

8 Ver Loureiro (2001).

9 Mineradora de atuação global sediada no Brasil, dedicada à produção de minério de ferro e níquel.

10 Belém dista aproximadamente 500 km de Marabá.

Defendemos a hipótese de que essas e outras marcas discursivas da narrativa midiática do *Balanço geral Marabá* são possibilidades enunciativas proporcionadas pelo que Fausto Neto (2008, p.100) caracteriza como “zonas de pregnancies”. São zonas em que as ambiências de produção e de recepção midiáticas se aproximam, na medida em que os receptores são incorporados ao sistema produtivo enquanto cooperadores de enunciação. (FAUSTO NETO, 2008, p.100).

Optamos por analisar as edições do programa exibidas nos dias 1º de abril, 27 de maio e 10 de junho de 2013, por considerar que elas apresentam as regularidades discursivas necessárias para a análise proposta. Regularidades integrantes de um discurso jornalístico flexibilizado pelo exercício de adequação desse dispositivo a uma sociedade em vias de midiaticação.

Essa nova economia discursiva estaria produzindo profundas e complexas alterações nas próprias rotinas da cultura e do trabalho do jornalismo, para não dizer nas regras que orientam a codificação da realidade e que passam a ser compartilhadas com os receptores (FAUSTO NETO, 2008, p.100).

Sociedade em midiaticação

O *Balanço geral Marabá* é transmitido localmente da segunda à sexta-feira, por volta de meio-dia, pelo Sistema Fox de Comunicação (que funciona no canal 50, como retransmissor da programação da *Record Belém*). O programa é produzido nos moldes do *Balanço geral Pará*, produzido pela *TV Record* em Belém e dedicado à “prestação de serviços, entretenimento, jornalismo policial e comunitário”¹¹. De acordo com a emissora, “o público tem voz e vez no programa, que dispõe de ferramentas de interação direto com a produção através de telefone, e-mail e redes sociais”.

Tal descrição do *Balanço geral* no site da *Record Belém* aponta, a nosso ver, para a existência das zonas de pregnancies, que alteram as posições discursivas de produtores e receptores dos conteúdos midiáticos, ao mencionar “interação”, o lugar de ocorrência da comunicação, segundo Braga (2011, p.26):

11 Ver <http://www.recordbelem.com.br/balancogeral>, acesso em 15 jun. 2013.

Parece-me mais interessante pensar que, em interações sucessivas, as pessoas reverberam umas sobre as outras, se *escutam* mutuamente – e, por processos incrementais, se *modificam* a partir de aportes múltiplos e entremeados. Assim como, historicamente, se modificam as instituições (BRAGA, 2011, p.29).

Avaliamos a interação como epistemologia estratégica para analisar o discurso audiovisual do *Balanço geral Marabá*, que se apropria de conteúdos popularescos – a exemplo das expressões “comentar esse negócio”, “velhinho”, “corno” e “agrado” como sinônimo de recompensa – no intuito de aumentar as chances de estabelecer uma comunicação com o telespectador.

Uma produção discursiva que ilustra um contrafluxo informacional, no sentido da recepção para a produção, em que a “posição de fala já se constitui como uma relação de atenção para a escuta (possível), que se torna, assim, produtiva” (BRAGA, 2011, p.31). Com essa estratégia, a *Record* tenta diminuir a assimetria entre as ambiências de produção e de recepção midiática ao se utilizar do popularesco e testar novas possibilidades enunciativas no âmbito das zonas de pregnâncias.

Na tentativa da emissora de gerar afinidades discursivas junto aos receptores com o uso do popularesco, enxergamos também o que Carvalho e Lage (2012) caracterizam como indícios reflexivos¹² da midiatização sobre o jornalismo. Antes, porém, detenhamo-nos sobre a midiatização, paradigma no qual:

As mídias deixaram de ser apenas instrumentos a serviço da organização do processo de interação dos campos sociais, e se converteram numa realidade mais complexa em torno da qual se constituiria uma nova ambiência, novas formas de vida, e interações sociais atravessadas por novas modalidades de “trabalho de sentido” (FAUSTO NETO, 2008, p.92).

Passamos, então, de uma sociedade dos meios à sociedade em midiatização, onde a dinâmica de interação midiática extrapola o campo das mídias e passa a servir de referência para as interações que se dão em outros campos sociais. A

¹² Reflexivos porque são transformações nas próprias práticas midiáticas, inclusive nas do jornalismo. Os autores trabalham com base no que Giddens “chamou de reflexividade da vida social moderna, isto é, a constatação de que as práticas sociais passam a se modificar constantemente em razão das informações renovadas que circulam socialmente sobre essas mesmas práticas” (CARVALHO; LAGE, 2012, p.246).

mídia, com sua natureza mediadora, deixa de ser meramente instrumental para se converter em estruturante tessitura interacional junto à organização social.

Enquanto instituição, a mídia não sai ilesa dessa ruptura. As consequências desse processo de midiaticização reverberam no próprio fazer midiático. Consideramos a adequação da narrativa midiática ao linguajar do dia a dia, com a apreensão de gírias e de outros termos popularescos pelo âmbito da produção, também como reflexo do papel midiático de legitimação dos procedimentos democráticos. Esse papel é exercido quando a mídia torna inteligível para a esfera pública as ações de sistemas como o político e o jurídico, codificadas em linguagens especializadas (LYCARIÃO, 2012, p.126)¹³.

Como já mencionado, as zonas de pregnâncias, que possibilitam à mídia testar novas possibilidades discursivas elaboradas em função de uma escuta possível, são intrínsecas da sociedade em midiaticização. Nessa nova forma de organização social, o abismo entre as ambiências de produção e recepção é atenuado pelo conceito de interação, conforme anteriormente exposto.

Daí podermos atribuir àquelas novas possibilidades discursivas um caráter tentativo a partir de dois aspectos: o probabilístico, segundo o qual alguma coisa relativamente previsível pode acontecer, e o aproximativo, significando que os episódios comunicacionais comportam maior ou menor precisão, de acordo com diferentes critérios (BRAGA, 2010, p.70-71).

Todo esse cenário descrito de uma sociedade em midiaticização resulta no que este artigo denomina de jornalismo midiaticizado. Defendemos a hipótese de que o *Balanço geral Marabá* representa esse discurso jornalístico construído no âmbito de uma sociedade em midiaticização, cujos mecanismos de interação se constroem ao mesmo tempo em que se rompe a mera instrumentalidade midiática, característica da sociedade dos meios. O discurso audiovisual do programa *Balanço geral Marabá* é um exemplo desses novos mecanismos de interação, que se configuram em processos comunicacionais tentativos do ponto de vista da midiaticização.

13 Braga (*apud* ALVARENGA, LOMBARDI, 2012) dialoga com Lycarião (2012) ao falar da prerrogativa midiática de conceder inteligibilidade.

Jornalismo midiaticizado

Acreditamos ser necessário empreender uma breve discussão acerca de gêneros televisivos para mostrar por que consideramos o *Balanço geral Marabá* como um produto jornalístico, no caso, um telejornal. Aronchi de Souza (2004, p.149) classifica como telejornal o programa com um apresentador em estúdio chamando matérias e reportagens sobre fatos atuais. O telejornal seria, então, uma crônica diária relatada de um estúdio por um apresentador, jornalista ou não, que interage com o público tendo o audiovisual como mediador.

Oliveira (2008, p.2), por sua vez, considera os programas *Cidade alerta*¹⁴ e *Brasil urgente*¹⁵ como “telejornais temáticos”, em cujas narrativas são reconhecidas as marcas genéricas de um telejornal, como a prestação de serviços, a abordagem de temas de interesse público, a produção e a veiculação de notícias diárias, o uso do “ao vivo” e a atualidade e periodicidade dos conteúdos apresentados. São temáticos devido à predominância de notícias sobre violência.



Figura 1 - O apresentador, no estúdio do *Balanço geral Marabá*, interagindo com as câmeras ao chamar reportagem. Fonte: reprodução.

14 Programa produzido e exibido nacionalmente pela *TV Record* de segunda a sexta-feira, às 17h.

15 Apresentado por José Luiz Datena, o programa é produzido e transmitido pela Rede Bandeirantes em rede nacional de segunda a sábado, às 16h50min.

Considerando que o *Balanço geral Marabá* integra o mesmo formato¹⁶ televisivo dos programas *Cidade alerta* e *Brasil urgente*, propomos, neste artigo, apreender, por meio da análise do discurso, indícios de que ele se constitui num exercício tentativo de jornalismo midiático, além de capturar as marcas discursivas sinalizadoras das dimensões identitárias que reivindicam singularidade num espaço plural, como o é a região Amazônica.

O que convencionamos chamar, neste artigo, de jornalismo midiático se dá de acordo com quatro aspectos relacionados por Fausto Neto: transformações da topografia jornalística como espaço organizador do contato, autorreferencialidade do processo produtivo jornalístico, autorreflexividade sobre seus fundamentos teóricos e transformação do *status* do leitor (FAUSTO NETO, 2008, p.96).

À exceção da autorreflexividade sobre os fundamentos teóricos do jornalismo, não constatada na trama discursiva das edições do *Balanço geral Marabá* aqui analisadas, buscamos, a seguir, explicar os outros três daqueles aspectos, ilustrando-os a partir das estratégias discursivas verificadas. Consideramos que esses aspectos estão muitas vezes imiscuídos nas edições do programa.

Começamos pelas transformações da topografia jornalística como espaço organizador do contato. Fausto Neto (2008, p.97) caracteriza-as como os procedimentos em que:

A redação e outros espaços da prática e das rotinas jornalísticas são visualizados ao leitor, na forma de várias construções, cujas estratégias visam apontar para o fato de que tais ambientes não devam se constituir numa referência longínqua, ou mesmo numa abstração (FAUSTO NETO, 2008, p.97).

Esse autor recorre aos jornais impressos e às revistas para ilustrar tais transformações. Mas constatamo-las também nas estratégias discursivas adotadas pelo *Balanço geral Marabá*. No início da edição do dia 27 de maio

16 Para Aronchi de Souza (2004, p.45), vários formatos constituem um gênero de programa televisivo e esses gêneros, quando agrupados, formam uma categoria. O autor relaciona o telejornal como um gênero da categoria "informação" (2004, p. 149).

de 2013, por exemplo, o apresentador Milton Faria anuncia, apontando sutilmente para a câmera:

Estamos aqui, diante de câmeras e microfones da *TV Record*, do Sistema Fox de Comunicação, para mais um *Balanço geral* local. As notícias que foram destaque nas últimas horas vão chegar na sua televisão com o melhor da informação e, logo depois do *Balanço geral* local, vocês vão ter o *Balanço geral* direto de Belém do Pará, dos estúdios da Record, para todo o Estado do Pará. Um grande abraço em nome de toda a equipe que nos ajuda a fazer o *Balanço geral* no dia a dia.

A referência às câmeras e aos microfones da *TV Record* e do Sistema Fox de Comunicação, assim como o abraço enviado em nome da equipe do *Balanço geral*, é feita ao som da música de abertura do programa, que remete aos filmes de aventura. Essa é uma estratégia de visibilizar práticas e rotinas jornalísticas que visa tornar palpáveis as etapas do fazer jornalístico e cujo intuito é impedir que a noção do jornal – neste caso, do telejornal – fique restrita ao ato do consumo (FAUSTO NETO, 2008, p.97).

Podemos afirmar que o jornalismo se vale dessa autovisibilidade para se aproximar cada vez mais do campo da recepção midiática. Uma espécie de didática jornalística que reaparece noutra momento da mesma edição do programa, quando Milton Faria afirma:

E vamos ao nosso *Balanço geral*, edição de hoje, segunda-feira, agradecendo a Leydiane Silva que, na sexta-feira passada, “segurou a peteca” por aqui. Nós tínhamos uns problemas pessoais pra resolver e a Leydiane, como sempre, substituindo com carinho, com atenção e com profissionalismo, diante de câmeras e microfones do nosso *Balanço geral*.

O apresentador refere-se a si mesmo por meio do pronome “nós” e enfatiza, no discurso audiovisual, a menção ao “profissionalismo” com que a repórter teria assumido o comando do programa. Também consideramos esses discursos autorreferenciais como reflexos do que Fausto Neto (2008, p.97) denomina de “atorização” dos jornalistas. Ou seja, a atribuição de corpo e alma aos profissionais da imprensa, agora novos tipos de celebridades, para que eles enalteçam as virtudes do próprio trabalho na vitrine do processo produtivo midiático.

Outrora vitrine apenas para as outras instituições, a mídia também precisa se fazer visibilizada na sociedade em midiática, como que reivindicando constantemente para si a função mediadora que, enquanto instituição, monopolizava na sociedade dos meios. Agora, quando a dinâmica interacional midiática não é mais exclusividade do campo das mídias, esses dispositivos midiáticos carecem da mesma visibilidade que os outros campos e precisam reinventar e testar permanentemente novos mecanismos de abordagem a um receptor que passa a ser também colaborador.

Também na edição de 27 de maio de 2013, Milton Faria, após anunciar reportagem sobre homem acusado de matar mulher, faz referência ao "cinematista que não dorme", com ênfase ao pronunciar o "não". Enxergamos nesse discurso outro indício do que estamos chamando de jornalismo midiático, a autorreferencialidade do processo produtivo jornalístico.

Segundo Fausto Neto (2008, p.98), essa estratégia corresponde ao procedimento de "relatar como faz para dizer que 'sabe antes...'" e reúne uma variedade de ações, dentre elas a descrição do trabalho de rotina produtiva. Nessa autorreferencialidade do processo produtivo, o próprio jornalismo é convertido em personagem graças ao destaque que concede aos seus modos de conhecer. Logo, para o *Balanço geral* poder se constituir numa crônica diária do município de Marabá é necessário que o cinematista não durma. E é necessário destacar isso para o telespectador.

Outro momento do *Balanço geral Marabá* ilustra, a nosso ver, essa autorreferencialidade do processo produtivo: o trecho da edição do dia 10 de junho de 2013, em que o apresentador Milton Faria, após a exibição de reportagem sobre a prisão de suposto traficante pela polícia de Marabá, afirma:

Eu não vou nem comentar esse negócio de traficante... Eu "tô" que nem o Datena, "tô" te falando, já, assim, desanimado. Você passa 30, 40, 45 anos da sua vida fazendo rádio, fazendo televisão, de vez em quando escrevendo alguma coisa pra jornal, falando as mesmas coisas... No Brasil se convencionou que é mais fácil você botar na rua do que botar na cadeia. A gente comenta, explica pra sociedade toda, de um modo

geral, pelos microfones e câmeras de televisão – e não é só o Milton Farias, tem tanta gente fazendo isso todos os dias pelo Brasil e pelo “mundão” de meu deus afora...

Concluimos que essa autorreferencialidade do processo produtivo do jornalismo cumpre a função de prestar contas, como também assinalou Fausto Neto (2008, p.98), aos receptores sobre o trabalho realizado pela mídia no dia a dia.

Transformação do *status* do telespectador¹⁷ e as dimensões identitárias na Amazônia

A transformação do *status* do telespectador, ou estratégias de protagonização do telespectador (FAUSTO NETO, 2008, p.96), é o último indício do que consideramos, neste artigo, como jornalismo midiaticado. Tal transformação corresponde aos processos de operações discursivas que alteram não só a “topografia” do dispositivo jornalístico, mas também as interações que reúnem produtores e receptores de discursos no âmbito da midiaticação (FAUSTO NETO, 2008, p.100).

Acreditamos que a instalação dos receptores no interior do sistema produtivo do *Balanço geral Marabá* enquanto co-enunciadores se dá também por meio das gírias e dos termos popularescos empregados tanto pelo apresentador Milton Faria como pelas repórteres responsáveis pelas matérias feitas nas ruas do município de Marabá.

Avaliamos a presença do popularesco no discurso do programa, exemplificado por expressões como “ricardão”, “segurou a peteca” e “se deu muito mal”. São como marcas que remetem a uma Amazônia urbanizada, simbolicamente distante da cultura dos rios com que a mídia nacional costuma abordar a região, pautada por uma visão exógena que resulta em enunciados produzidos na esteira dos discursos coloniais, os quais retratavam a Amazônia a partir do exótico e do vazio demográfico¹⁸.

17 Fausto Neto (2008) trabalha com o termo “leitor”, mas, por se tratar de um estudo sobre audiovisual e telejornalismo, adaptamos para “telespectador”. Consideramos que as ideias desenvolvidas por esse autor para o jornalismo a partir do que ele caracteriza como “analítica da midiaticação” também são válidas para o telejornalismo, e justificamos essa premissa ao longo deste artigo, exemplificando com passagens das edições do *Balanço geral Marabá*.

18 Ver Dutra (2009).

A Marabá da narrativa midiática do *Balanço geral* ora está perto de Belém ora está distante da capital paraense, dependendo da intenção do discurso do apresentador. “Tá parecendo Marabá, hein?”, afirma Milton Faria na edição do programa exibida em 27 de maio de 2013, depois de ler manchete do Diário do Pará, um dos dois jornais impressos de maior circulação no Estado, produzido em Belém, sobre o sufoco por que passara uma multidão para tirar o registro geral (RG) na capital paraense.

Noutro momento da mesma edição, Milton Faria recorre à ironia e ao advérbio “lá” para se referir a Belém, ao anunciar matéria sobre a prisão de homem acusado de tráfico, que teria saído da capital paraense para comercializar drogas em Marabá. “Ele imaginou que ele vinha lá das terras de Belém e ia se dar muito bem aqui... Se deu muito mal!”, diz o apresentador, abrindo mão da ironia para enfatizar o anúncio da prisão do suposto traficante com a expressão “se deu muito mal”.

Nessa matéria, aliás, imagens do homem sendo preso pela polícia se revezam com imagens da cocaína que teria sido apreendida na residência do acusado. Um episódio comum à crônica das cidades grandes, tal qual, segundo Milton Faria, o descarte de medicamentos com prazo de validade vencido às margens da rodovia Transamazônica, em Marabá. Após anunciar essa matéria, exibida no programa de 10 de junho de 2013, o apresentador afirma:

Olha, se você viu esse tipo de notícia que eu vou dar agora em outros canais aí pelo Brasil, não é mera coincidência que em Marabá tenha, infelizmente, acontecido a mesma coisa. Você abre os noticiários hoje e você vê que as mesmas notícias, embora com personagens diferentes, que estão rolando pelos noticiários do Brasil, acontecem com personagens locais.

Verificamos na narrativa midiática do *Balanço geral* uma dimensão identitária relacionada à história de uma parte da Amazônia, que abriga Marabá, atravessada por rodovias como a Belém-Brasília e a Transamazônica e marcada pela atuação de indústrias de mineração. Um passado que reverbera no discurso midiático do Sistema Fox de Comunicação, emissora afiliada da *Record* no município, via *Balanço geral Marabá*. A discursividade, aliás, é dotada de uma espessura histórica, segundo Gregolin (2007).

Esse efeito de “história ao vivo” é produzido pela instantaneidade da mídia, que interpela incessantemente o leitor através de textos verbais e não-verbais, compondo o movimento da história presente por meio da ressignificação de imagens e palavras enraizadas no passado. Rememoração e esquecimento fazem derivar do passado a interpretação contemporânea, pois determinadas figuras estão constantemente sendo recolocadas em circulação e permitem os movimentos interpretativos, as retomadas de sentidos e seus deslocamentos (GREGOLIN, 2007, p.16).

Para Gregolin (2007, p. 16), os efeitos identitários surgem dessa movimentação dos sentidos efetuada pela mídia. Tais efeitos, a nosso ver, remetem ao papel exercido pelo comentário na associação do acaso ao discurso (FOUCAULT, 1999, p. 25). Portanto, a movimentação de sentidos realizada pela mídia é agenciada por uma cadeia de atos de fala que auxilia na construção do que estamos chamando de uma dimensão identitária do discurso.

Daí a referência a Belém, por parte do apresentador do *Balanço geral*, como uma cidade ora perto, ora distante de Marabá, na qual enxergamos ecos do movimento separatista que visava transformar esse município na capital do que seria o Estado de Carajás. Daí também as cinco utilizações da palavra “tocantins”¹⁹ contabilizadas nas edições do programa transmitidas em 1 de abril e 27 de maio de 2014.

Marabá, afinal, é cidade banhada pelo Rio Tocantins. É assim que a importância dos rios para a Amazônia se manifesta no discurso do *Balanço geral Marabá*. Mas, quando comparadas às águas, são as rodovias as protagonistas do discurso do programa. Mais do que uma Amazônia rodoviária, porém, Marabá representa uma Amazônia industrializada.

19 Em referência ao rio que banha Marabá e a distribuidora e residencial homônimos, assim como ao jornal *Correio do Tocantins*.



Figura 2 - Crime ambiental às margens da rodovia transamazônica em Marabá.

Fonte: reprodução.

Enxergamos isso na matéria exibida no programa de 10 de junho de 2013 sobre o descarte ilegal de medicamentos com prazo de validade vencido às margens da rodovia Transamazônica, em Marabá. Um crime ambiental noticiado no *Balanço geral Marabá* sob o ruído do tráfego de carros e caminhões em uma estrada que, como mostra as imagens editadas para a reportagem, cindiu a Floresta Amazônica.

A mesma edição do programa anuncia uma colisão frontal noutra rodovia, a BR-155, que resultou na morte de um médico. No decorrer da matéria, imagens dos veículos amassados se revezam com imagens do cadáver do oftalmologista e do engarrafamento causado pelo acidente na rodovia. Essa matéria, exibida também no dia 10 de junho deste ano, é precedida por marketing de loja especializada em venda de motocicletas, anunciada pelo apresentador Milton Faria.



Figura 3 - Congestionamento causado por acidente na BR-155, que corta Marabá.

Fonte: reprodução.

Considerações finais

Quando a mídia deixa de ser mero instrumento de mediação para se converter na tessitura das interações sociais contemporâneas, ocorre a ruptura da sociedade dos meios para a sociedade em midiatização. Essa nova forma de vida, também caracterizada como *bios* midiático²⁰, possibilita uma maior interação entre produtores e receptores de conteúdos midiáticos em função das zonas de pregnâncias aludidas por Fausto Neto (2008). Tais zonas proporcionam às mídias institucionalizadas, agora elas próprias midiatizadas, o teste de novas possibilidades enunciativas por meio de discursos aqui considerados como tentativos.

Eis o caso do *Balanço geral Marabá*, que se apropria de termos popularescos para adaptar sua narrativa ao dia a dia do receptor e também para demarcar um lugar de fala, numa estratégia em que se revelam as dimensões identitárias desse discurso. São enunciações produzidas numa Amazônia industrializada e urbanizada que, inclusive, não quer mais ser paraense: reivindica a separação. Um lugar de fala delimitado pela constante referência ao dia a dia social e,

20 O *bios* midiático, conceito cunhado por Sodré (2013), soma-se aos *bios theoretikos* (vida contemplativa), *bios politikos* (vida política) e *bios apolaustikos* (vida prazerosa, vida do corpo), segundo a classificação aristotélica das formas de vida (SODRÉ, 2013, p.24).

consequentemente, ao histórico, por meio de termos popularescos passíveis de serem ouvidos nas ruas das grandes cidades brasileiras.

Essas gírias e expressões, longe de constituírem um pacto simbólico entre tevês e estratos economicamente inferiores da sociedade fundado no grotesco (SODRÉ, 2013, p. 33), sinalizam uma produção atenuada a uma escuta possível. Pois é na busca de uma afinidade discursiva que a mídia trabalha melhor a feição identitária dos próprios discursos.

Referências

ALVARENGA, C. C.; LOMBARDI, K. H. "Midiatização e mediação: seus limites e potencialidades na fotografia e no cinema". In: MATTOS, M. A.; JANOTTI JUNIOR, J.; JACKS, N. (Org.). *Mediação e midiatização*. Salvador: EDUFBA, 2012. p. 271-295.

BRAGA, J. L. "Nem rara, nem ausente – tentativa". *MATRIZES*, São Paulo, ano 4, n. 1, p.65-81, jul./dez. 2010.

_____. "Interação como contexto da comunicação". *MATRIZES*, ano 6, n. 1, p. 25-41, jul./dez. 2012.

CARVALHO, C. A.; LAGE, L. "Midiatização e reflexividade das mediações jornalísticas". In: MATTOS, M. Â.; JANOTTI JUNIOR, J.; JACKS, N. (Org.). *Mediação e midiatização*. Salvador: EDUFBA, 2012. p. 245-269.

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

FAUSTO NETO, A. "Fragmentos de uma analítica da midiatização". *MATRIZES*, n. 2, p. 89-105, abr. 2008.

FOUCAULT, M. *A ordem do discurso*. 5ª ed. São Paulo, SP: Loyola, 1999.

GREGOLIN, M. R. "Análise do discurso e mídia: a (re)produção de identidades". *Comunicação, mídia e consumo*, v. 4, n. 11, p. 11-25, nov. 2007.

LYCARIÃO, D. "Sistema dos *media* e deliberação pública: acerca do valor epistêmico da mediação para a legitimação democrática". In: MATTOS, M. A.; JANOTTI JUNIOR, J.; JACKS, N. (org.). *Mediação e midiatização*. Salvador: EDUFBA, 2012. p. 123-147.

LOUREIRO, J. J. P. *Cultura amazônica: uma poética do imaginário*. São Paulo, SP: Escrituras, 2001.

OLIVEIRA, D. D. "Jornalismo policial, gênero e modo de endereçamento na televisão brasileira". In: Colóquio Internacional Televisão e Realidade, 2008, Salvador. *Anais eletrônicos...* Salvador, UFBA, 2008. Disponível em: <www.tvrealidade.facom.ufba.br/coloquio%20textos/Dannilo%20Duarte.pdf>. Acesso em: 20 jun. 2013.

SODRÉ, M. *Antropológica do espelho: uma teoria da comunicação linear e em rede*. 8ª ed. Petrópolis (RJ): Vozes, 2013.

ARONCHI DE SOUZA, J. C. *Gêneros e formatos na televisão brasileira*. São Paulo: Summus, 2004.