

A produção de sentidos sobre as queimadas na Amazônia e a preservação ambiental

The production of meanings about the fires in the amazon and environmental preservation

La producción de sentidos sobre los incendios en el amazonas y la preservación ambiental

Tiago MAINIERI¹
Taynara SANCHES²

Resumo

Esta pesquisa busca analisar a produção de sentidos por parte dos colaboradores de uma indústria, que tem a sustentabilidade como pilar corporativo, a partir dos conteúdos apresentados pelo programa Fantástico, da Rede Globo, sobre as queimadas na Amazônia e a preservação ambiental. Por meio de um estudo de recepção com grupos focais e análise de conteúdo foi possível observar como são formadas as subjetividades, tanto individuais quanto coletivas, a partir da recepção de informações pela mídia e do trabalho como fator de mediação. Os resultados indicam uma predominância de reportagens com função informativa, na pauta ambiental do Fantástico, concentrando-se em relatar os fatos e o impacto das ações humanas no meio ambiente, sem aprofundar nas causas ou nas consequências de longo prazo. Um outro aspecto levantado pelos participantes do grupo focal é o viés político da cobertura televisiva que permeia a percepção relativa às queimadas.

Palavras-chave: midiaticização; cidadania; meio ambiente; estudos de recepção; queimadas na Amazônia.

Abstract

This research aims to analyze the meaning-making process among employees of an

¹ Pós doutor pela Universidade Nova de Lisboa (bolsista Capes - 2018/2019) no Programa de Pesquisador Visitante, Pós doutor em Comunicação pela ECO/UFRJ (bolsista CNPq - 2013/2014) no Programa Casadinho e Doutor em Ciências da Comunicação pela USP. Pesquisador permanente junto ao PPGCOM/UFG (Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal de Goiás). ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5186-7526>. E-mail: tiagomainieri@ufg.br

² Mestre em Comunicação pelo PPGCOM/UFG (Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal de Goiás). ORCID: <https://orcid.org/0009-0009-2532-5331>. E-mail: taynarasanches.rp@gmail.com



industry that has sustainability as a corporate pillar, based on the content presented by the program Fantástico, aired by Rede Globo, regarding the Amazon fires and environmental preservation. Through a reception study with focus groups and content analysis, it was possible to observe how both individual and collective subjectivities are formed through the reception of media information, with work serving as a mediating factor. The results indicate a predominance of informative reporting in Fantástico's environmental coverage, focusing on reporting the facts and the impact of human actions on the environment, without delving deeply into the causes or long-term consequences. Another aspect raised by the focus group participants is the political bias in television coverage, which influences the perception of the fires.

Keywords: mediatization; citizenship; environment; reception studies; fires in the Amazon.

Resumen

Esta investigación busca analizar la producción de sentidos entre los empleados de una industria que tiene la sostenibilidad como pilar corporativo, a partir de los contenidos presentados por el programa Fantástico, de Rede Globo, sobre los incendios en la Amazonía y la preservación ambiental. A través de un estudio de recepción con grupos focales y un análisis de contenido, fue posible observar cómo se forman las subjetividades tanto individuales como colectivas a partir de la recepción de información de los medios, con el trabajo como factor mediador. Los resultados indican una predominancia de reportajes con función informativa en la cobertura ambiental de Fantástico, concentrándose en relatar los hechos y el impacto de las acciones humanas en el medio ambiente, sin profundizar en las causas o las consecuencias a largo plazo. Otro aspecto planteado por los participantes del grupo focal es el sesgo político en la cobertura televisiva, que influye en la percepción relativa a los incendios.

Palabras clave: mediatización; ciudadanía; medio ambiente; estudios de recepción; incendios en la Amazonia.

Introdução

Esta pesquisa se propõe a analisar como os colaboradores de uma indústria que atua sob a perspectiva da sustentabilidade, significam e ressignificam o tema a partir dos conteúdos apresentados no programa Fantástico, da Rede Globo. Tal análise se deu a partir de reportagens a respeito das queimadas na Amazônia, entre 2019 e 2021, veiculadas no programa.

Neste contexto, é importante ressaltar que os sujeitos não são receptores passivos ou apenas consumidores de mídia e, por isso, essa pesquisa se encaminha para os estudos de recepção, que abordam a recepção de mídia em sua complexidade, envolvendo a perspectiva dos elementos de mediações que contribuem para a produção de sentidos e significados a partir do contato com os conteúdos midiáticos. Os estudos



de recepção, ao abordarem a interação entre midiaticização, meio ambiente e cidadania, possibilitaram uma compreensão mais aprofundada da produção de sentidos sobre a preservação ambiental dos sujeitos pesquisados.

Embora a questão ambiental seja pauta frequente nos veículos de imprensa nos últimos anos, este estudo busca lançar um olhar para a recepção de modo a não apenas entender como a mídia apresenta o tema, mas, especialmente, como os sujeitos interpretam e significam estes conteúdos que abordam as queimadas na Amazônia e, conseqüentemente, a preservação do meio ambiente. É imprescindível ao estudo analisar de que modo essa produção de sentidos pode ser ressignificada a partir do contato com narrativas que trazem perspectivas aprofundadas, não apenas em relação ao impacto imediato e visível das queimadas, mas também sobre as conseqüências a longo prazo.

E, apesar da temática ambiental ser uma questão global e abrangente, neste estudo optou-se por focar em um contexto local, buscando entender como as questões ambientais são interpretadas em sua especificidade. Assim, a pesquisa foi direcionada para o ambiente de trabalho, focando nas experiências do dia a dia dos funcionários e na vivência deles em uma empresa ambientalmente responsável e que promove a preservação ambiental. Isso possibilitou observar como são formadas as subjetividades e identidades, tanto individuais quanto coletivas, a partir da recepção de informações pela mídia e do ambiente de trabalho como fator de mediação.

Amazônia em chamas - as causas da destruição pelo fogo

A floresta amazônica é a mais extensa floresta tropical do mundo e se estende desde os Andes, atingindo altitudes de até cinco mil metros, até o Oceano Atlântico, abrangendo nove países em seu percurso. No Brasil, sua extensão é pouco menor que a metade do território nacional (Costa, 2022).

A intensificação das queimadas na Amazônia pode ser atribuída ao desenvolvimento econômico acelerado na região, com a agropecuária desempenhando papel central nesse processo. O início dessas ocorrências está vinculado às dinâmicas econômicas regionais, impulsionadas por um contexto político que carece de fiscalização efetiva por parte das autoridades competentes.

Essa tendência de crescimento se tornou mais pronunciada a partir da década de 1930, com agravamento notável após a década de 1970. Em resposta ao crescente



desmatamento na região amazônica, o governo brasileiro modificou o Código Florestal em 1977, suspendeu os incentivos econômicos aos negócios que promoviam a destruição da Amazônia e passou a desenvolver sistemas de controle mais eficientes.

A necessidade de expansão das áreas destinadas à agricultura e à pecuária leva ao desmatamento, estabelecendo uma conexão direta com o fenômeno das queimadas. As implicações dessas práticas incluem não apenas a transformação do clima local, mas também uma diminuição substancial da diversidade biológica, aspectos considerados de grande preocupação devido ao seu profundo impacto na região.

A relação entre desmatamento e queimadas é íntima e recíproca. A prática de remover a vegetação, seguida pela queima, é comumente adotada para o aproveitamento da madeira de maior porte. Essas práticas não só alteram drasticamente a paisagem natural, mas também acarretam a perda significativa de biodiversidade e afetam negativamente as comunidades indígenas tradicionais. O garimpo e a extração ilegal de madeira estão entre as atividades que mais contribuem para o desmatamento na Amazônia, juntamente com a expansão da pecuária.

As consequências dessas queimadas são devastadoras, incluindo a erosão do solo, a perda de biodiversidade, alterações no sistema hídrico, modificações climáticas, poluição atmosférica e prejuízos à saúde humana. Dados coletados pelo Instituto Nacional de Pesquisas Espaciais (INPE) revelam um aumento alarmante nos focos de incêndio desde o início do século XXI, demonstrando a gravidade e a urgência da situação ambiental na Amazônia.

Segundo Putini (2022), a devastação causada pelo garimpo duplicou em apenas uma década, aumentando de 99 mil para 196 mil hectares entre 2010 e 2021. Somado à mineração industrial essa atividade provoca um enorme impacto na região amazônica, sendo os estados do Pará e do Mato Grosso os mais afetados, exercendo pressão significativa sobre áreas de conservação e territórios indígenas, como os Kayapó e Munduruku.

Uma análise realizada pela Rede Simex³, o Sistema de Monitoramento da Exploração Madeireira, revelou um aumento exponencial na extração ilegal de madeira

³ Simex é o Sistema de Monitoramento da Exploração Madeireira, uma ferramenta de monitoramento da Amazônia que utiliza imagens de satélites e foi desenvolvida pelo Imazon em 2008. Para expandir a atuação do programa, em 2020 foi criada a Rede Simex integrada atualmente pelas instituições Imazon, Imaflora, Idesam e ICV.



nos territórios indígenas do Pará, que cresceu onze vezes em apenas um ano. De acordo com a publicação, a exploração de madeira “passou de 158 hectares entre agosto de 2019 e julho de 2020 para 1.720 hectares entre agosto de 2020 e julho de 2021. Ou seja: a área afetada pela atividade ilegal dentro dessas áreas protegidas cresceu 1.000%” (Imazon, 2022, n.p). O número alarmante foi registrado, sobretudo, em áreas protegidas e unidades de conservação, onde o garimpo expandiu consideravelmente.

De 2019 a 2021, o desmatamento criminoso e as queimadas na Amazônia alcançaram a visibilidade global, com ampla cobertura da mídia nacional e internacional, colocando em foco o aumento do desmatamento e a situação política e econômica do Brasil que culminam nas origens desse problema. As causas das queimadas são diversas, desde a expansão agrícola até à exploração ilegal de madeira, passando também pelo garimpo ilegal e, pelo desmonte das políticas ambientais, por parte do Estado.

Um relatório do Observatório do Clima, publicado em fevereiro de 2022, aponta que em 2021 o Ibama liquidou apenas 41% do orçamento disponível para o ano. “Como a liquidação reflete serviço realizado, esse número baixo mostra que o governo não aproveitou a verba extra para a fiscalização que obteve do Congresso em 2021 para ampliar o número de operações de campo” (Observatório do Clima, 2022, n.p). De acordo com o relatório, isso acarretou a diminuição dos autos de infração por desmatamento, que foi o menor em duas décadas.

Essas catástrofes ressaltam a complexidade da crise ambiental no Brasil evidenciando a urgência de fortalecer as políticas ambientais e de fomentar a conscientização da sociedade civil a respeito do seu papel na preservação ambiental.

A midiáticação e o jornalismo ambiental

Diante das diversas perspectivas sobre o termo "midiáticação", é evidente a riqueza de debates e interpretações que permeiam os estudos de comunicação contemporâneos. Dentro desse amplo campo teórico, é crucial considerar como diferentes abordagens compreendem a relação entre mídia e sociedade, especialmente no contexto do jornalismo ambiental, no qual a midiáticação desempenha um papel significativo na percepção, na construção de sentidos e nas práticas comunicacionais em relação ao meio ambiente.



Grohmann e Mauro (2015) entendem que a midiaticização é o conceito-chave para a compreensão da influência da mídia na cultura e na sociedade, de modo que o termo tem sido utilizado em contextos distintos para caracterizar a influência da mídia sobre diversas áreas da sociedade como política, ciência, cultura ou religião. Dessa forma, os autores consideram que os estudos de comunicação sob a perspectiva da midiaticização têm se mostrado proveitosos por abrangerem as transformações sociais decorrentes da crescente presença midiática na sociedade.

Já o sociólogo John B. Thompson (2013) enxerga a midiaticização como parte fundamental do desenvolvimento da sociedade moderna. Para ele, o surgimento da imprensa no século XV foi um avanço tecnológico que ajudou a espalhar a informação na sociedade, sem precedentes. Thompson (2013) identificou uma forte ligação entre a "midiaticização" e suas implicações culturais, bem como o surgimento de grandes organizações de mídia em níveis nacionais e globais. A distribuição de produtos simbólicos produzidos pela indústria midiática modificou os padrões de comunicação na sociedade tanto entre instituições quanto entre instituições e indivíduos.

Para Hjarvard (2012), a midiaticização trata-se de um fenômeno que está diretamente ligado ao processo de globalização que se acelerou consideravelmente nas últimas décadas. Dessa forma, a mídia atua como um agente de mudança social e cultural. Esse autor defende a perspectiva institucional dos estudos de midiaticização, na qual a mesma é entendida como uma consequência da mudança no status social da mídia, que “alcançou de uma vez autonomia como instituição social e está interligada de maneira crucial ao funcionamento de outras instituições” (Hjarvard, 2012, p. 60).

A partir da perspectiva da abordagem institucional, a midiaticização é entendida como um processo de interdependência que cresce de acordo com o avanço da mídia sobre a sociedade (Santos *et al.*, 2019). De acordo com a abordagem institucional, cultura e sociedade tornam-se cada vez mais dependentes da "lógica da mídia", elemento essencial da midiaticização.

Para dialogar sob uma outra ótica, José Luiz Braga (2006b), cuja perspectiva sobre midiaticização parte de uma abordagem social-construtivista e baseia-se no argumento de que o mundo social é construído com base na interação, acredita que estamos vivendo um processo midiaticizado que é interacional de base tecnológica, ou seja, um processo onde a interação é mediada pela tecnologia. Dessa forma, é preciso compreender como as diferentes interações midiáticas moldam as práticas comunicacionais e, conseqüentemente, modificam as configurações sociais. Ou seja, a



mediatização trata-se de uma relação em que a transformação das mídias transforma também as práticas sociais (Santos *et al.*, 2019).

Logo, entende-se que a mediatização impacta a produção de sentidos sobre o meio ambiente de várias maneiras. Os conteúdos midiáticos, ao retratar questões ambientais, influenciam a produção de sentidos e a construção de realidades sociais que, por sua vez, orientam as percepções e as atitudes dos cidadãos em relação à preservação ambiental. Além disso, a mediatização também afeta a forma como os indivíduos se relacionam com o meio ambiente, mediando experiências e vivências que contribuem para a construção de sentidos. Afinal, vivemos hoje em uma sociedade orientada pelos meios de comunicação, chamada de “sociedade mediatizada” (Braga, 2006a).

Atualmente, as questões ambientais têm sido frequentemente destacadas de várias formas, muitas vezes com o objetivo de conscientizar ou, ao menos, para debater os impactos negativos que as atividades humanas causam ao meio ambiente. Diante disso, a mediatização pode potencializar a força das imagens ao conectar símbolos e referências em torno de um tema específico, por exemplo, o crescimento do desmatamento e o impacto que essa prática trará a curto, médio e longo prazo. Isso ocorre por meio de um processo que visa remodelar a percepção coletiva com o objetivo de estabelecer novos sistemas de crenças e valores que possam servir de guia para comportamentos concretos dos indivíduos em diferentes aspectos da vida.

A lógica da mediatização também impacta a seleção dos tópicos ambientais que recebem cobertura. Temas que são mais propensos a atrair a atenção do público, como desastres ambientais ou histórias dramáticas sobre a natureza, são frequentemente priorizados em detrimento de questões ambientais mais sutis ou complexas, como, por exemplo, as causas e as consequências da crise climática.

Não é mais possível compreender a realidade em que estamos inseridos sem levar em conta os impactos cada vez maiores de uma mídia onipresente, sofisticada e de resposta imediata. Os principais conglomerados da indústria da informação e do entretenimento possuem o domínio sobre a maioria dos conteúdos distribuídos globalmente por meio de televisões, rádios, jornais, revistas e, claro, a internet moldando hábitos, comportamentos e tendências de consumo (Trigueiro, 2003).

Um dos mais influentes e ativos jornalistas ambientais do Brasil, em seu livro *Meio Ambiente no Século 21*, André Trigueiro (2003, p.75) afirma que “de todos os veículos de comunicação de massa, a televisão foi aquele que alcançou, nos últimos



cinquenta anos, os resultados mais impressionantes em termos de abrangência e prestígio”.

A televisão permite uma narrativa complexa que pode intercalar informação científica, histórias das personagens envolvidas e análises políticas, oferecendo uma compreensão mais rica das questões ambientais. Documentários e reportagens especiais são capazes de explorar profundamente os temas, fornecendo contexto histórico, científico e social que ajuda os telespectadores a entender as raízes dos problemas ambientais e as possíveis soluções.

No ecossistema midiático, as questões ambientais não são apenas temas de reportagem, mas elementos que interagem com a narrativa social e cultural construída pela mídia. As representações do meio ambiente neste contexto, desde documentários até notícias de desastres ambientais ou climáticos, influenciam a percepção do público e a consciência ambiental. Dessa forma, no âmbito das discussões ambientais, a mídia aparece não apenas como um canal de informação, mas como um participante ativo na produção do discurso ecológico.

Este papel formativo vai além da simples transmissão de informações, assumindo a responsabilidade de traduzir as complexidades científicas em narrativas acessíveis e elucidadas. Por meio da lente do jornalismo ambiental, a mídia informa e também educa e sensibiliza o público para a importância de manter o equilíbrio ecológico e promover práticas sustentáveis.

Um dos principais desafios enfrentados pelo jornalismo ambiental é a necessidade de tornar os dados científicos compreensíveis para o público leigo. Estudos sobre mudanças climáticas, biodiversidade e ecossistemas são frequentemente complexos e repletos de jargões técnicos. A mídia, portanto, serve como uma ponte essencial, descomplicando essas informações e apresentando-as de maneira que ressoe com o público geral. Isso possibilita o aumento da compreensão sobre tópicos específicos, como também amplia a consciência sobre a urgência e a magnitude dos desafios ambientais globais.

Além de simplificar o discurso científico, o jornalismo ambiental desempenha um papel formativo ao destacar as implicações das questões ecológicas para a vida cotidiana das pessoas. Ao reportar sobre desastres naturais, a perda de habitats, ou os efeitos das mudanças climáticas em comunidades específicas, as reportagens narram os eventos e também contextualizam seus impactos. Este enfoque ajuda a construir



uma ponte emocional com o público, fomentando uma maior conscientização e preocupação com o meio ambiente.

Enquanto a mídia reflete preocupações ambientais existentes na sociedade, ela também atua como uma construtora da realidade, destacando certas questões e marginalizando outras. Esse poder de definir a agenda ambiental significa que a mídia pode direcionar a atenção pública para áreas específicas, determinando quais questões são percebidas como mais prementes. Portanto, a escolha editorial na cobertura de temas ambientais espelha, e também molda, as prioridades e preocupações da sociedade.

Além de seu papel informativo, o jornalismo ambiental desempenha uma função educacional, informando o público sobre complexidades ecológicas e incentivando práticas sustentáveis. Esta função educacional é particularmente importante em um país como o Brasil, onde a diversidade ambiental é imensa e as implicações globais de suas políticas ecológicas são significativas. Ao traduzir questões ambientais complexas para um público mais amplo, a mídia tem o potencial de fomentar a cidadania de forma mais engajada na preservação do meio ambiente.

Assim, a circulação e recirculação de informações pelos veículos de comunicação e as conseqüentes reverberações, juntamente com os processos de significação mediados por estruturas de comunicação, são essenciais para a formação da percepção sobre as questões ambientais, as quais se inserem no dia a dia das pessoas por meio de seus discursos.

Corroborando com essa premissa, Wilson Bueno (2007) expõe sua perspectiva sobre os objetivos do jornalismo ambiental, identificando três principais funções: informativa, educacional e política. Estas devem, respectivamente, manter o público informado sobre as questões ambientais, elucidar os problemas e as possíveis soluções ou medidas de mitigação, e promover a ação política, entendida como o engajamento da sociedade na preservação e questionamento de questões ambientais. Vide tabela 1.

Tabela 01: as funções do jornalismo ambiental

Funções	Informativa	Política	Pedagógica
Característica	Mantém as pessoas atualizadas sobre os principais temas relacionados ao meio ambiente, levando em	Promove a mobilização da sociedade para enfrentar os interesses que pioram a situação ambiental, como a atuação de certas indústrias	Busca explicar as causas dos problemas ambientais e propor soluções, mostrando caminhos que exigem



	conta o impacto que suas escolhas diárias, como hábitos de consumo, e processos como o efeito estufa e a poluição, têm no meio ambiente e, conseqüentemente, na qualidade de vida	que prejudicam o meio ambiente em prol do lucro. Isso inclui também a necessidade de uma constante vigilância sobre a atuação do Estado, que deve implementar políticas públicas eficazes para reduzir a degradação ambiental.	o envolvimento de todos os cidadãos.
--	---	--	--------------------------------------

Fonte: elaboração própria a partir de Bueno (2007)

Para desempenhar suas funções de forma efetiva, o Jornalismo Ambiental precisa adotar características únicas. É essencial reconhecer desde o início que o conhecimento ambiental não é exclusivo de entidades especializadas, mas sim resultado da combinação de diversos saberes, incluindo a contribuição de conhecimentos e experiências tradicionais. Frequentemente, a mídia e os comunicadores negligenciam a essencial capacidade que o jornalismo ambiental pode ter de mobilizar e despertar a conscientização, optando por subjugar-lo a interesses comerciais ou políticos.

A capacidade da mídia de influenciar a percepção e as atitudes dos cidadãos em relação ao meio ambiente é inegável, servindo como um agente transformador na construção de comportamentos mais sustentáveis. Contudo, essa influência exige um exercício responsável e consciente do jornalismo, que vai além de informar, buscando também educar, inspirar e engajar a sociedade em práticas sustentáveis.

Ao abordar a interação entre midiaticização e jornalismo ambiental, torna-se evidente a profundidade dessa relação. A midiaticização exerce influência significativa na prática do jornalismo ambiental, enquanto este, por sua vez, atua como um veículo para a midiaticização das questões ambientais na sociedade. Esta dinâmica não apenas molda a forma como as questões ambientais são comunicadas, percebidas e inseridas na agenda pública, mas também ressalta a importância de um jornalismo ambiental responsável e informado.

Neste contexto, é plausível acreditar que a maneira como a sociedade percebe as questões ambientais e a necessidade de preservação pode evoluir conforme a influência exercida pela mídia, destacando a importância contínua da investigação e reflexão sobre essa interação para a construção de uma sociedade mais consciente em relação ao tema.



A união entre a análise de recepção e o estudo de caso

Pautada no que trazem os autores e pesquisadores dos estudos de recepção, a metodologia de pesquisa segue a abordagem qualitativa e exploratória de uma análise empírica comparativa dos discursos dos meios com os discursos da audiência. Lopes (1993) destaca que ao pretender construir uma teoria compreensiva da recepção, esta passa a realizar-se por meio da pesquisa empírica qualitativa da audiência com análise de conteúdo, permitindo assim que se problematize as metodologias envolvidas.

Ao estudar como os receptores interpretam e significam o contexto ambiental no Brasil a partir dos conteúdos jornalísticos, buscou-se particularizar esta pesquisa por meio da análise de recepção, com um estudo de caso no contexto do trabalho, entendendo que desta maneira será possível construir o estudo de forma mais específica.

A definição mais utilizada para o estudo de caso é a de Yin (2001), que o caracteriza como “uma inquirição empírica que investiga um fenômeno contemporâneo dentro de um contexto da vida real, quando a fronteira entre o fenômeno e o contexto não é claramente evidente e onde múltiplas fontes de evidência são utilizadas” (Yin, 2001, p. 32). Dessa forma, opta-se pelo estudo de caso quando se pretende examinar eventos atuais. Essas características inerentes ao estudo de caso tornam esse método um interessante aliado ao método da análise da recepção, na investigação proposta para esse estudo. Para tanto, optou-se por realizar um estudo de caso com os trabalhadores de uma indústria que utiliza como matéria-prima plástico (polietileno) reciclado e aborda a questão ambiental e a sustentabilidade como pilares da marca.

Combinado ao estudo de caso, os estudos de recepção se valem de um grande número de técnicas de pesquisa empírica para a análise qualitativa da audiência. Portanto, foi utilizada como técnica a análise de conteúdo, cujos dados foram coletados, primeiro por meio de pesquisa documental, e depois pelos grupos focais ou grupos de discussão, como também são chamados.

Dadas as particularidades inerentes aos grupos focais, foram estabelecidos os critérios de seleção amostral dos participantes. Embora o estudo esteja relacionado às queimadas na Amazônia, optou-se por realizar o estudo em Goiás para entender as percepções de grupos de pessoas que não estivessem, *a priori*, diretamente ligados ao fenômeno em si. A partir daí, concluiu-se também que o mundo do trabalho seria



adequado para a discussão proposta nesta pesquisa, já que o mundo do trabalho é um ambiente cotidiano do sujeito receptor, mediado pelas práticas culturais e “permeado por um conjunto de relações que implica em práticas cotidianas que perpassam, afirmam, reorientam ou transformam os processos de comunicação” (Fígaro, 2005, p. 03).

Partindo dessa perspectiva, os grupos focais foram realizados com os colaboradores de uma indústria do segmento de jardinagem, cuja matéria-prima é exclusivamente o plástico polietileno reciclado. A escolha dessa empresa como *locus* para o estudo de caso se deu por sua atuação na transformação do plástico, adquirido através das cooperativas de materiais recicláveis, e por sua certificação com o Selo Verde SENAPLAST⁴, que reconhece as empresas comprometidas com as práticas sociais, ambientais e econômicas exigidas por lei para a reciclagem de plástico. Esse fato a torna um exemplo interessante para investigar a interseção entre as práticas sustentáveis da empresa e a produção de sentidos dos seus colaboradores sobre questões ambientais, como as queimadas na Amazônia.

Junto a isso, com base no que apresenta Roseli Fígaro (2005), entendeu-se que o ambiente profissional pode atuar como um importante mediador na maneira como os indivíduos recebem e processam os conteúdos midiáticos. Sendo assim, as percepções e opiniões individuais e coletivas podem ser influenciadas pelas interações sociais e culturais que ocorrem no mundo do trabalho e que vão além das atividades laborais cotidianas.

A relação direta com a temática ambiental fornece um pano de fundo relevante para analisar como o discurso de sustentabilidade adotado corporativamente pode influenciar, refletir ou até mesmo divergir das percepções individuais de seus colaboradores a respeito de questões ambientais críticas, como as queimadas na Amazônia. Isso deve-se ao fato de que o ambiente corporativo, nesse caso, não é apenas um local de trabalho, mas também um espaço onde os valores e práticas relacionados ao meio ambiente estão em constante evidência.

Para a seleção amostral, foram utilizados critérios qualitativos como faixa etária, escolaridade e cargos dos trabalhadores. Um grupo foi composto por auxiliares, assistentes e analistas, com idades entre 25 e 30 anos, que tenham cursado até o ensino

⁴ O Selo Nacional de Plásticos Reciclados (SENAPLAST) é um certificado, com duração de vinte e quatro meses, oferecido pela Associação Brasileira da Indústria do Plástico reconhecendo as práticas sustentáveis das empresas brasileiras do segmento de transformação do plástico.



médio completo. O outro grupo, entretanto, foi constituído por supervisores, coordenadores e gerentes, entre 30 e 40 anos, que tenham formação superior completa.

A estruturação da amostra em dois grupos distintos com base na escolaridade e no cargo dentro da empresa permitiu uma compreensão mais rica e comparativa da produção de sentidos. Essa estratificação revelou diferenças significativas na recepção e na interpretação das informações veiculadas pela mídia, influenciadas por variáveis educacionais e hierárquicas.

A produção de sentidos sobre as queimadas na Amazônia

Este estudo de recepção visou a compreensão sobre os significados que os sujeitos da pesquisa atribuem às queimadas na Amazônia e às questões ambientais, dentro de um contexto específico. Além disso, também se propôs a analisar a forma como os conteúdos sobre as questões ambientais são apresentados em um dos programas de maior audiência da televisão brasileira.

Ancorado nos princípios da análise de conteúdo, fez-se um agrupamento de todas as matérias e reportagens do Fantástico que, de alguma forma, abordaram a temática ambiental, durante o período de janeiro de 2018 a dezembro de 2021. A partir da temática pertinente a este estudo, foram observados a frequência e o enfoque das matérias sobre meio ambiente na pauta da revista eletrônica.

A escolha do programa Fantástico baseou-se em sua natureza de revista eletrônica semanal, que integra, segundo a própria emissora, elementos como jornalismo, documentários, reportagens investigativas, esporte, entretenimento, dramaturgia, música e ciência. Esse formato favorece a produção de reportagens mais longas e detalhadas, permitindo uma exploração aprofundada dos temas, diferenciando-se dos formatos adotados por noticiários diários. Ademais, o Fantástico é um dos programas mais emblemáticos da Rede Globo, com uma trajetória de cinco décadas no ar e mantendo-se como líder de audiência em seu horário desde a sua estreia. O recorte temporal foi especificamente escolhido para abranger 2018 a 2021, de modo que 2018 foi incluído na análise por preceder o ciclo de recordes das queimadas no Brasil. Esta inclusão permitiu realizar um comparativo entre a pauta ambiental do programa Fantástico durante o período em que a crise ambiental recebeu ampla atenção da mídia e o período imediatamente anterior a esta fase.



No que tange às análises dos dados, estas foram construídas de acordo com o que Bardin (2011) chama de “análise categorial”, uma classificação que leva em consideração a frequência da presença de determinados elementos de significação. Sendo assim, todas as informações coletadas, a partir das 208 edições do programa veiculadas entre 2018 e 2021, foram classificadas de acordo com o seguinte critério de categorização: tema macro, abordagem, e presença de dados que possam informar a sociedade a respeito do problema, contextualizando as causas, consequências e/ou soluções. Além disso, foi analisado o espaço que as matérias com o tema ambiental ocupam nas edições do programa.

Após a classificação inicial, os temas das matérias também foram categorizados de acordo com as funções do jornalismo ambiental, definidas por Wilson Bueno (2007), que são: informativa, pedagógica e política. Nessa etapa da pesquisa, a constituição do *corpus* seguiu as regras definidas por Bardin (2011), que são respectivamente as regras da exaustividade, representatividade, homogeneidade e pertinência. Construiu-se, então, um *corpus* de 366 matérias e reportagens com temas ambientais ao longo das 208 edições do “Fantástico - O show da vida”, entre janeiro de 2018 e dezembro de 2021, representando em torno de 5% da pauta do programa. De todas as 366 matérias analisadas durante os quatro anos, 182 se encaixam na função informativa do jornalismo ambiental, enquanto 98 desempenham função política e 86 têm função pedagógica.

Dessas reportagens, 13 abordam especificamente as queimadas na Amazônia e a partir dessa categorização foi possível selecionar as duas reportagens-chaves da pesquisa de recepção. A primeira matéria, que revela uma abordagem didática, com função pedagógica, aborda o aumento do número de focos de incêndio no Amazonas e foi veiculada na edição de 11 de outubro de 2020.

Já a segunda matéria, exibida como reportagem principal da edição de 15 de agosto de 2021, foi escolhida por ser uma grande reportagem, visando enriquecer o diálogo e promover mais entendimento dos participantes sobre o problema em foco. A escolha desta reportagem como parte principal do *corpus* para o estudo de recepção foi motivada por alguns fatores. Ela aborda não apenas as queimadas na Amazônia, mas também como estas afetam outros biomas, relacionando as queimadas criminosas diretamente ao desmatamento e às práticas da agropecuária e como este setor também sofre com os impactos da crise ambiental, destacando a dualidade de responsabilidades e os impactos dentro da indústria.



Definido o *corpus* deste estudo de recepção, partiu-se para a realização dos grupos focais. A dinâmica dos dois grupos focais funcionou da mesma forma, primeiro foram feitas uma série de perguntas norteadoras, que guiaram as primeiras discussões, e, em seguida, logo após assistirem às reportagens, os participantes discutiram sobre novas questões relacionadas ao que foi apresentado nas matérias do Fantástico. A primeira rodada de perguntas buscou promover discussões que pudessem apresentar a relação entre as informações sobre as queimadas na Amazônia e o meio ambiente e as práticas comunicacionais da empresa a respeito desses temas.

Ao analisar as respostas sobre quais palavras vêm à mente ao falarmos sobre as queimadas na Amazônia e suas causas, observou-se que ambos os grupos têm percepções semelhantes. As expressões “destruição” e “falta de conscientização” se repetem nos dois grupos, assim como “ganância” e “dinheiro” que são apontados como as causas das queimadas.

No que diz respeito à influência da empresa nas percepções sobre o meio ambiente, embora alguns dos gestores, do primeiro grupo, tenham mencionado que não acreditam que as práticas sustentáveis da empresa tenham influenciado suas percepções sobre a preservação ambiental, outros mencionam a mudança de comportamento devido à influência do ambiente corporativo, dando maior atenção ao destino do plástico e à reciclagem. Por outro lado, todos os colaboradores do segundo grupo disseram que seus hábitos e percepções mudaram significativamente após ingressarem na empresa. Eles percebem de forma clara que adquiriram um novo olhar para a reciclagem, a sustentabilidade e, sobretudo, para o destino do plástico desde que passaram a trabalhar na empresa.

Essa diferença nas respostas sugere que os membros do primeiro grupo já tinham alguma predisposição à conscientização ambiental devido à sua educação e carreira corporativa, enquanto as percepções do segundo grupo teriam sido influenciadas mais profundamente pelo contexto laboral. Isso evidencia o papel significativo do ambiente de trabalho na formação das percepções sobre o meio ambiente, especialmente para os participantes com menor escolaridade.

A discussão sobre o quanto os participantes conversam sobre meio ambiente com os colegas de trabalho, em comparação com a família ou amigos, trouxe informações interessantes sobre como os diferentes grupos internalizam e comunicam as informações sobre o meio ambiente. Os gestores afirmaram que as práticas de sustentabilidade adotadas pela empresa os influenciaram positivamente e que levaram



as discussões sobre o meio ambiente para fora do ambiente de trabalho, implementando práticas sustentáveis em suas casas.

A empresa é a principal fonte de conscientização e prática ambiental para o segundo grupo. Auxiliares e assistentes disseram que apenas após começar a trabalhar na empresa suas preocupações e conhecimentos sobre sustentabilidade mudaram. Além disso, este grupo enfatizou que a discussão sobre a preservação ambiental raramente ocorre fora do ambiente de trabalho, sugerindo que a empresa é o principal catalisador no que diz respeito às discussões sobre o tema, bem como para a mudança de perspectivas e ações relacionadas ao meio ambiente.

Na análise das respostas sobre a busca de informações relacionadas ao meio ambiente, observa-se uma distinção nas práticas entre o grupo dos gestores e grupo composto por auxiliares, assistentes e analistas. Os gestores buscam informações ambientais de maneira mais proativa e diversa, fazendo uso de uma variedade de plataformas, como redes sociais, jornais de televisão e sites especializados. Eles enfatizam a importância de se manterem informados, não só por questões profissionais, mas também por um interesse pessoal na sustentabilidade e outras questões ambientais.

Além disso, alguns gestores relacionaram o aumento das notícias sobre as queimadas na Amazônia com questões políticas. Para eles, a temática ambiental ganhou destaque na mídia por conta de uma posição política contrária à postura do presidente Jair Bolsonaro, que governou o Brasil entre 2019 e 2022. Esse ponto é interessante, pois indica uma percepção dos gestores de que as informações sobre o meio ambiente são utilizadas dentro de contextos políticos, o que pode influenciar a maneira como essas notícias são recebidas e interpretadas pelo público. Em alguns momentos essas falas parecem relativizar o problema, dando a entender que os veículos de imprensa só abordaram o tema para criticar as políticas ambientais do governo em questão, salientando que não ouviram mais notícias sobre as queimadas na Amazônia em 2023, embora acreditem que o número de queimadas tenha aumentado em relação aos anos anteriores.

Por outro lado, os colaboradores com níveis operacionais tendem a se informar sobre o tema de forma mais receptiva. Eles dependem principalmente de informações de canais passivos, como redes sociais e notícias televisivas esporádicas, por isso suas fontes são principalmente ocasionais. Isso indica que eles possam dar menos importância aos problemas ambientais em suas vidas pessoais, por ser um tema que,



de fato, não fazia parte do seu dia a dia, ou por uma possível falta de acesso a recursos que facilitem uma busca mais ativa por informações.

Dando continuidade às discussões nos grupos focais, foram apresentadas as duas reportagens veiculadas no programa Fantástico, da Rede Globo, em 2020 e 2021. Após assistirem as matérias, os participantes discutiram sobre outras questões, desta vez, relacionadas ao que foi apresentado nas reportagens.

Ao serem questionados a respeito das sensações e sentimentos que surgiram após assistirem as reportagens do Fantástico, os participantes manifestaram sentimentos como raiva ou desesperança, o que demonstra certo envolvimento emocional com a questão ambiental. Todos eles se mostraram impactados e comovidos pelas informações que as reportagens trouxeram à tona. Ficou evidente nos dois grupos que o conteúdo apresentado os incomodou naquele momento, pois logo após o fim da grande reportagem todos permaneceram em silêncio por alguns instantes, como se precisassem internalizar e organizar as informações que receberam.

A tristeza é um sentimento manifestado de forma generalizada nos grupos, mas também é acompanhada, no primeiro grupo, pela raiva e pela crítica ao imediatismo do ser humano, que tende a desconsiderar as consequências futuras de suas ações em favor dos benefícios individuais, como apontou um dos gestores, considerando esse comportamento humano como “mediocre”.

Os diálogos dos participantes deste grupo levantaram pontos sobre a responsabilidade humana em tragédias ambientais como as queimadas na Amazônia e os efeitos das ações atuais para as gerações futuras, enfatizando a importância de informá-las e educá-las para que, no futuro, possam ter comportamentos diferentes dos atuais. Os gestores, que possuem maior formação educacional e responsabilidades na empresa, apresentaram respostas mais analíticas e contextualizadas às reportagens. Eles expressaram um entendimento mais profundo sobre as causas e as implicações a longo prazo desses desastres ambientais, sinalizando que as mudanças climáticas não são mais futuras e sim uma realidade presente que já afeta diretamente a vida cotidiana.

Já no segundo grupo, as discussões sobre os sentimentos aflorados foram breves e diretas, enfatizando a tristeza pelo sofrimento animal e a devastação das florestas, provocados pelas queimadas. Este grupo apresentou uma visão menos analítica e mais reativa e isso pode ser atribuído ao fato de que eles não tiveram muito contato com a educação formal sobre questões ambientais complexas ou pela linguagem mais formal



das reportagens. Ao trazer as falas de especialistas e estudiosos, a linguagem adotada pode ser mais científica e menos acessível, o que dificulta o entendimento por parte de um público com menos escolaridade.

As diferenças nas respostas entre os gestores e o time operacional apontam diferentes níveis de compreensão e engajamento sobre as questões ambientais, que podem ser oriundos tanto da escolaridade quanto do papel desempenhado dentro da empresa e das vivências pessoais. Apesar dessas diferenças, os participantes compartilharam a preocupação com a grande devastação e os impactos a longo prazo causados pelas queimadas na Amazônia, mesmo que não tenham exemplificado de forma clara quais seriam esses impactos.

Quando se trata do papel da televisão na divulgação de informações a respeito do meio ambiente, as respostas dos dois grupos foram unânimes sobre a importância desse veículo, que ainda é considerado um dos principais meios de acesso à informação. No entanto, apesar dos dois grupos reconhecerem a relevância da televisão na disseminação de informações e na formação de opiniões acerca da temática ambiental, eles criticam o formato e a frequência com que a televisão aberta trata do tema.

Essas percepções coletivas ressaltam o reconhecimento da capacidade que a televisão tem de alcançar um grande número de pessoas e moldar o discurso ambiental. No entanto, há uma clara demanda por uma abordagem mais aprofundada e abrangente que priorize a educação e a conscientização sobre temas ambientais.

Embora os participantes dos grupos tenham manifestado certo entendimento sobre a importância das práticas individuais, a maioria as tratou como algo distante, enfatizando a necessidade de conscientizar as gerações futuras ou disseminar informações para as outras pessoas. Apenas um dos gestores pontuou a mudança imediata do comportamento de consumo, alimentação e transporte como necessária para diminuir os impactos ambientais, porém, nenhum outro participante do grupo corroborou diretamente com esse ponto de vista.

Quando se trata da visão dos entrevistados acerca da responsabilidade da sociedade civil e dos governos no combate às queimadas e na preservação ambiental, suas opiniões apontam para a ação mais incisiva do governo nas políticas ambientais. O grupo composto pelos gestores expressou frustração com a atual eficácia das políticas ambientais, apontando a corrupção, os conflitos de interesse e as brechas legais como principais obstáculos.



Já os participantes do segundo grupo enfatizaram a necessidade de mais conscientização e educação ambiental. Eles enxergam a informação como uma importante ferramenta, destacando que todos na empresa, especialmente uma que se posiciona como sustentável, devem participar ativamente dessas discussões e ações. A necessidade de leis mais rígidas e de sua aplicação mais efetiva também foi enfatizada nas falas desse grupo, destacando o seu descontentamento com a legislação atual e a necessidade de um governo mais ativo.

Ao serem questionados sobre sua visão a respeito das causas das queimadas após assistirem às reportagens sobre o tema, as respostas revelaram a consolidação das opiniões previamente existentes. As discussões em ambos os grupos destacam os fatores econômicos como principais agentes causadores das queimadas, embora também acrescentem elementos contribuintes, como a ação humana direta e as condições climáticas adversas.

Durante as discussões nos dois grupos focais, notou-se um contraste nas falas dos participantes. De um lado, foi possível identificar pessoas que demonstram entendimento dos problemas ambientais e reconhecem sua responsabilidade em contribuir para a mudança, assim como o papel da empresa na educação ambiental dos colaboradores, como ficou evidente nas falas do grupo composto pelos gestores. No entanto, ficou claro que, apesar de estarem informados, a maioria dos participantes ainda não toma atitudes concretas para buscar mudanças. Já o grupo composto pelos colaboradores das áreas operacionais apresentou comoção com a situação, em especial após ver nas reportagens os animais mortos e muito machucados por conta das queimadas, mas não se aprofundou nas questões durante os debates, de modo que um acabava repetindo as respostas do outro.

As discussões de ambos os grupos evidenciaram a consciência dos participantes de que trabalhar em uma empresa com o posicionamento ambientalmente responsável pressupõe tanto uma comunicação interna mais ativa quanto mais atitudes individuais sustentáveis. Para eles, essas atitudes devem estar presentes não somente no processo produtivo, mas também nas rotinas da empresa em todos os departamentos e nos pequenos hábitos diários dos colaboradores, que poderão praticá-los não somente no ambiente de trabalho, mas também em suas casas com suas famílias.

Os diálogos provenientes dos grupos focais revelam uma percepção unânime sobre a gravidade das queimadas na Amazônia. Os participantes demonstraram tanto uma reação emocional às informações e imagens do problema quanto certa



compreensão das causas e das consequências desses eventos. Ambos os grupos reconheceram os fatores econômicos e a ação humana criminosa como principais catalisadores das queimadas, destacando a ganância e a exploração desenfreada dos recursos como elementos centrais.

Contudo, apesar de manifestarem preocupação com a temática ambiental e entenderem que a união entre sociedade, mídia e Estado tem o poder de promover mudanças importantes, não foi possível identificar, através das discussões, que estes indivíduos de fato adotam atitudes concretas em favor da preservação ambiental.

Considerações finais

A temática ambiental permeia as discussões dos colaboradores da empresa estudada, sobretudo no ambiente de trabalho, o que faz com que eles, ao assistirem às reportagens apresentadas, já tenham certa afinidade com questões como as queimadas na Amazônia e a crise ambiental. Esses colaboradores, que têm entre 25 e 40 anos, percebem e refletem sobre as questões ambientais de formas distintas, alguns com reflexões mais profundas e outros com percepções consideravelmente superficiais sobre as causas, consequências e soluções do problema.

Embora as reportagens, que serviram como *corpus* da pesquisa, tenham apresentado informações relevantes e completas a respeito do colapso ambiental que o Brasil enfrenta, o foco central foram as consequências das queimadas e do desmatamento. As causas e, principalmente, as soluções foram sutilmente abordadas, o que contribuiu para que os colaboradores da empresa tivessem dimensão do cenário catastrófico das queimadas no Brasil, mas não favoreceu a percepção de como a sociedade, e cada indivíduo, contribui para que o problema exista e também para a sua mitigação.

Essa relação entre a abordagem das matérias e as percepções dos participantes sobre essas questões fica clara quando a maior parte deles não manifestou entendimento aprofundado sobre as principais causas e, principalmente, sobre como a sociedade civil e o Estado podem resolver a crise ambiental no Brasil. As respostas foram, em sua maioria, vagas e sem clareza sobre como cada um pode atuar de fato, terceirizando a responsabilidade como se a solução fosse algo intangível à sua realidade.

As reportagens analisadas não desfavoreceram a lógica da preservação ambiental e se mostraram importantes ferramentas de disseminação de informação



relevantes sobre o tema. A pauta ambiental do programa, no período analisado, representa apenas 5% da grade total do mesmo, sendo que parte significativa das matérias com viés ambiental desempenham função informativa, que, de acordo com a classificação de Bueno (2007), não tem o poder de conscientizar e levar os cidadãos à ação.

Contudo, as reportagens com função pedagógica e política, que para o autor têm o poder de educar e conscientizar as pessoas, somam cerca de 50% da pauta ambiental do programa. Esse cenário indica que o conteúdo do Fantástico que aborda essa temática pode contribuir para a conscientização do público a respeito da preservação ambiental, mas que seria necessário um estudo mais completo e aprofundado com todas as matérias que desempenham função política e pedagógica para tirar conclusões mais objetivas.

A pesquisa conduzida com os colaboradores demonstra que um ambiente de trabalho que valoriza a sustentabilidade e a preservação ambiental desempenha papel significativo na maneira como as informações são recebidas e processadas pelos funcionários. As respostas coletadas nos dois grupos focais, que diferem em termos de qualificação e formação, mostram um consenso geral de que as queimadas são amplamente causadas por fatores econômicos, como ganância e a busca por lucro imediato. Esta percepção, apesar de simplista, é fortalecida pela mídia, que ressalta esses aspectos, reforçando os valores de conscientização ambiental presentes no ecossistema corporativo da empresa.

Essa cultura corporativa não só molda a percepção dos funcionários sobre as queimadas, mas também sobre a gestão ambiental de maneira mais ampla, reforçando a hipótese de que o ambiente profissional serve como um mediador crucial na recepção e processamento de mensagens midiáticas sobre o meio ambiente.

Embora eles tenham demonstrado consciência a respeito da reciclagem e da coleta seletiva do lixo, somente um deles manifestou realizar essas tarefas de forma ativa em sua casa. A questão alimentar e de consumo consciente como um todo, apesar de levantada por um dos participantes, não se mostrou ser uma preocupação de todos, já que nenhum deles afirmou repensar seus hábitos de consumo como forma de contribuir para a diminuição da exploração ambiental.

Esse cenário demonstra que, mesmo avançando nas discussões ambientais no ambiente corporativo, há um longo caminho no alcance de uma consciência cidadã para o meio ambiente. Os colaboradores se mostraram interessados e preocupados



com a crise ambiental, mas a preocupação permanece no campo do pensamento. Embora o ambiente do trabalho seja um local que promove essa discussão com frequência, a única ação concreta que contribui para a preservação ambiental e a sustentabilidade percebida durante as discussões é o processo produtivo que a empresa utiliza, usando plástico reciclado como matéria-prima.

Referências

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 2011.

BRAGA, J. L. **A sociedade enfrenta a sua mídia**: dispositivos sociais da crítica midiática. São Paulo: Paulus, 2006a.

BRAGA, J. L. **Mediatização como processo interacional de referência**. Santa Maria: Animus Revista Interamericana de Comunicação Midiática, n^o 2, 2006b. Disponível em: <https://periodicos.ufsm.br/index.php/animus/article/viewFile/6693/4050>. Acesso em: 12 jun. 2023.

BUENO, W. D. C. **Jornalismo Ambiental**: Explorando além do conceito. Desenvolvimento e Meio Ambiente. São Paulo, n 15, jun/2007. Disponível em: <https://revistas.ufpr.br/made/article/view/11897/8391>. Acesso em: 13 jul. 2022.

COSTA, Z. P. de O. **Uma história das florestas brasileiras**. Belo Horizonte: Autêntica, 2022.

DUARTE, J.; BARROS, A. (Org.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2012.

IMAZON. **Extração ilegal de madeira cresce 11 vezes em terras indígenas do Pará**. 21 set. 2022. Disponível em: <https://imazon.org.br/imprensa/extracao-ilegal-de-madeira-cresce-11-vezes-em-terras-indigenas-do-para/>. Acesso em: 03 set. 2024.

FÍGARO, R. **O desafio teórico-metodológico nas pesquisas de recepção**. São Paulo: CCA-ECA/USP, 1999. (Tese Doutorado)

GROHMANN, R.; MAURO, R. **O Potencial Teórico do Conceito de Mediatização e os Estudos sobre Classes Sociais na Comunicação**. Novos Olhares, 4(1), 246-257, jun.2015. Disponível em: <https://doi.org/10.11606/issn.2238-7714.no.2015.85313>. Acesso em: 12 jul. 2023.

HJARVARD, S. Mediatização: teorizando a mídia como agente de mudança social e cultural. **MATRIZES**, São Paulo, Ano 5, n. 2, p.53-91, jan./jun. 2012. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/matrizes/article/view/38327>. Acesso em: 21 nov. 2023.

OBSERVATÓRIO DO CLIMA. **Ibama só gastou 41% do que teve para fiscalização**. 01 fev. 2022. Disponível em: <https://oc.eco.br/ibama-so-gastou-41-do-que-teve-para-fiscalizacao/>. Acesso em: 03 set. 2024.



LOPES, M. I V. **Estratégias metodológicas para pesquisa de recepção**. Intercom: Revista Brasileira de Comunicação, v. 16, n. 2, jul./dez. 1993. Disponível em: < <https://revistas.intercom.org.br/index.php/revistaintercom/article/view/823/730> >. Acesso em: 12 dez. 2022.

PUTINI, J. Amazônia concentra 91,6% de toda a área afetada pelo garimpo no Brasil, aponta MapBiomas. **G1**, 2022. Disponível em: <https://g1.globo.com/meio-ambiente/noticia/2022/09/27/amazonia-concentra-916percent-de-toda-a-area-afetada-pelo-garimpo-no-brasil-aponta-mapbiomas.ghtml>. Acesso em 27 jul. 2023.

SANTOS, R. R. A. *et al.* **Três perspectivas sobre a midiaticização e suas implicações na pesquisa em Comunicação**. Revista Temática, NAMID/UFPB, Ano XV, n. 5, Maio, 2019. Disponível em: <https://doi.org/10.22478/ufpb.1807-8931.2019v15n5.45890>. Acesso em: 08 out. 2023.

THOMPSON, J. B. **A mídia e a modernidade**: uma teoria social da mídia. 15ª edição. Petrópolis, RJ: Vozes, 2013.

TRIGUEIRO, A. (org). **Meio ambiente no século 21**. Rio de Janeiro: Sextante, 2003.

YIN, R. K. **Estudo de Caso**: planejamento e métodos. 2.ed. São Paulo: Bookman, 2001.

★

Este é um ARTIGO publicado em acesso aberto (*Open Access*) sob a licença *Creative Commons Attribution*, que permite uso, distribuição e reprodução em qualquer meio, sem restrições, desde que o trabalho original seja corretamente citado.