

DERROCAMENTO DO PEDRAL DO LOURENÇÃO: A MERCANTILIZAÇÃO DA NOTÍCIA E A INSTRUMENTALIZAÇÃO DO RIO TOCANTINS

DERROCIÓN DEL PEDRAL DEL LOURENCIÓN: LA MERCANTILIZACIÓN DE LAS NOTICIAS Y LA INSTRUMENTACIÓN DEL RIO TOCANTINS

Francisco Chagas V. dos S. Filho 1

Alexandre Silva Santos Filho 2

Mestre em Pesquisa Interdisciplinar, Programa de Pós Graduação em Dinâmicas Territoriais e Sociedade na Amazônia (PDTSA), pela Universidade Federal do Sul e Sudeste do Pará (Unifesspa); graduado em Pedagogia pela Universidade Federal do Pará (2005). Atua como jornalista do grupo CORREIO e tutor externo de Pedagogia da Faculdade Uniasselvi. Tem experiência nas áreas de Educação e Comunicação, com ênfase em Jornalismo.
E-mail: reporchagasfilho75@gmail.com

Possui graduação em Arquitetura pela Universidade Federal do Pará (1989), Mestrado em Comunicação e Cultura Contemporânea pela Universidade Federal da Bahia (2002), Doutorado em Educação na Universidade Federal de Goiás (2009) com estágio na Universidade de Aveiro em Portugal. Realizou Pós-Doutorado em Artes Visuais pela UFPA (2014). Atualmente é professor Adjunto da Universidade Federal do Sul e Sudeste do Pará. E-mail: alixandresantos@gmail.com

Resumo: Aborda-se o tema da mercantilização da notícia, com foco no rio Tocantins sob interesse capitalista no sudeste do Pará. Objetiva-se analisar conteúdos veiculados nos jornais impressos "Opinião" e "Correio do Tocantins", na cidade de Marabá (PA), sobre o empreendimento denominado derrocamento do "Pedral do Lourenção", resultante da dragagem de um conjunto de rochas em um trecho de 43 quilômetros do Rio Tocantins no município de Itupiranga (PA). A análise tem base na Teoria Crítica, envolvendo categorias da alienação, fetiche, reificação e crítica à premissa da Indústria Cultural. Destacam-se os teóricos Adorno, Horkheimer, Matos, Barbero, Pereira Jr., Costa, Lukács e Marx. Aponta-se o papel da informação jornalística revestida em mercadoria, ao entregar aos leitores as notícias fabricadas sobre o derrocamento do pedral como instrumento utilizável pelo capital; pauta-se um estilo de vida vinculada às relações comerciais em detrimento de outros formatos de relação, como a afetiva e a social.

Palavras-chave: Capitalismo. Notícias de jornais. Mercantilização da Notícia. Teoria Crítica.

Resumen: Se aborda el tema de la mercantilización de la noticia, con foco en el río Tocantins bajo interés capitalista en el sureste de Pará. Se pretende analizar contenidos publicados en los periódicos impresos "Opinión" y "Correio do Tocantins", en la ciudad de Marabá (PA), sobre el emprendimiento denominado derrocamiento del "Pedral do Lourenção", resultante del dragado de un conjunto de rocas en un trecho de 43 kilómetros del Río Tocantins en el municipio de Itupiranga (PA). El análisis tiene base en la Teoría Crítica, envolviendo categorías de la alienación, fetiche, reificación y crítica a la premisa de la Industria Cultural. Se destacan los teóricos Adorno, Horkheimer, Matos, Barbero, Pereira Jr., Costa, Lukács y Marx. Se apunta el papel de la información periodística revestida en mercancía, al entregar a los lectores las noticias fabricadas sobre el derrocamiento del pedral como instrumento utilizable por el capital; se pauta un estilo de vida vinculado a las relaciones comerciales en detrimento de otros formatos de relación, como la afectiva y la social.

Palabras-clave: Capitalismo. Noticias de periódicos. Mercantilización de las Noticias. Teoría Crítica.

Introdução

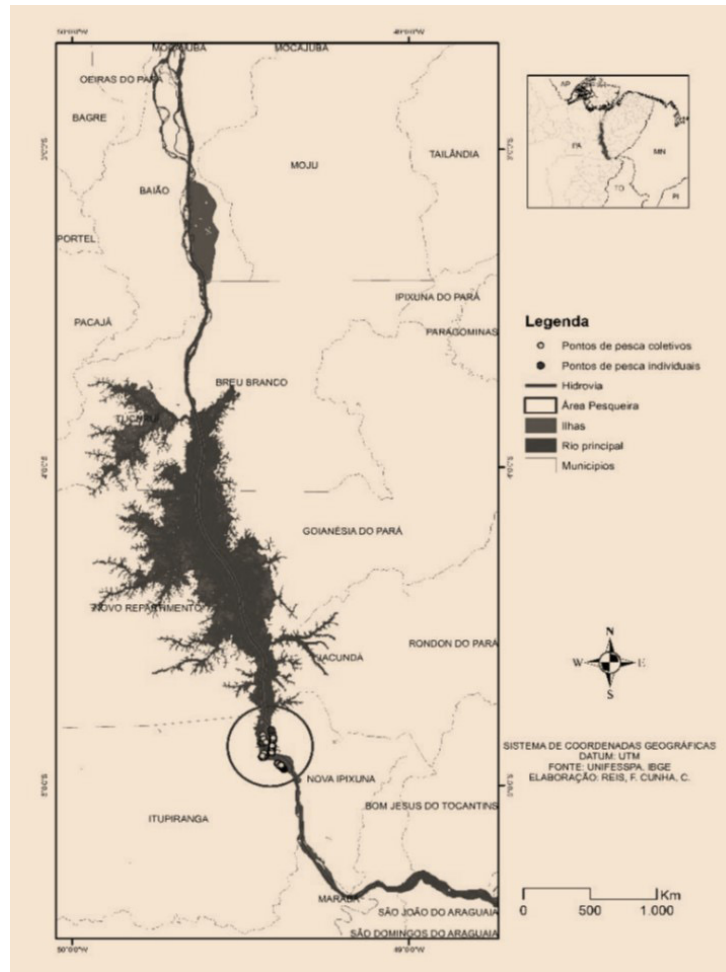
Esta é uma pesquisa resultante da dissertação de mestrado realizado na UNIFESSPA, no Programa de Pós-Graduação em Dinâmicas Territoriais e Sociedade Amazônica. Faz referência às práticas ideológicas tomadas como estratégias de inculcação de informações pela mídia impressa na região sudeste do Pará sobre o empreendimento denominado “derrocamento do Pedral do Lourenção (PA). Este constituído por um conjunto de rochas localizado no Rio Tocantins, à altura do município de Itupiranga¹ há 50 km de Marabá (PA), na Amazônia brasileira.

O derrocamento (ou dragagem) do pedral objetiva possibilitar navegação segura durante o ano todo por grandes embarcações, chamadas barcaças, que poderiam transportar a soja oriunda das plantações do Estado de Mato Grosso² (por via terrestre), passando por Marabá e Itupiranga, alcançando o porto em Vila do Conde (município de Barcarena-PA, por hidrovia) até o litoral brasileiro. Fazendo percurso inverso, esse canal de navegação, denominado Hidrovia do Tocantins-Araguaia, com 300 quilômetros de extensão, pretende servir como porta de entrada aos grandes carregamentos de carvão mineral vindos de Moçambique (África) e Austrália (Oceania) para alimentar com matéria-prima a cadeia produtiva de uma possível fábrica de aços planos a ser implantada em Marabá, mas isso só seria viável se houver a abertura desse canal (dificultado pelo Pedral do Lorencão), até porque o produto dessa fábrica seria também escoado até o litoral da mesma forma que a soja. Para melhor esclarecimento deste plano de navegação segue o Mapa da Hidrovia:

1 Conforme a página oficial da prefeitura de Itupiranga (www.itupiranga.pa.gov.br), Itupiranga é um município brasileiro que nasceu de um aglomerado de casas formado, por volta de 1896, às margens do rio Tocantins, no Pará. Há três versões para sua origem: uma delas é de que naquela região se instalou um grupo de refugiados políticos vindo de Goiás, liderado pelo maranhense Lucio Antônio dos Santos. Esse povoado servia de pouso e abastecimento para os viajantes, garimpeiros de diamantes, castanheiros e extratores de caucho e seringa que desciam e subiam os rios Tocantins e Cajazeiras e o Igarapé Lago Vermelho. Lago Vermelho foi a denominação inicial de Itupiranga, palavra de origem indígena tupi que significa lago (itu) vermelho (piranga).

2 De acordo com o site brasilecola.uol.com.br, o Mato Grosso, localizado no Centro-Oeste brasileiro, é o maior estado em extensão territorial da região e o terceiro maior do país. Sua área é de 903.329,700 quilômetros quadrados, e faz fronteiras com os estados de Goiás (a leste), Tocantins (a nordeste), Pará (ao norte), Amazonas (a noroeste), Rondônia (a oeste), Mato Grosso do Sul (ao sul), além do país boliviano (a oeste).

Mapa da Hidrovia do Tocantins/Araguaia



Fonte: DNIT (<https://www.dnit.gov.br/modais-2/aquaviario/hidrovias>)

O mapa acima foi utilizado para compor o relatório do I Seminário sobre os impactos da Hidrovia Araguaia-Tocantins sobre a pesca na região: o rio Tocantins para além do uso como via de transporte, uma iniciativa da UNIFESSPA – Universidade Federal do Sul e Sudeste do Pará (CUNHA, 2017). A partir dele, é possível ter uma visão geral do que vem a ser a Hidrovia do Tocantins/Araguaia, cujo elo dar-se entre o Centro-Oeste e o litoral brasileiro no estado do Pará, um caminho capaz de fazer circular bens de consumo que representam a ideia de exploração do recurso hídrico como fonte de escoamento de riqueza. No entanto, o rio entre a cidade de Marabá e o município de Itupiranga é cheio de pedras e pedrais que impossibilitam a navegação como se pode identificar no mapa acima.

Isso posto, então analisar-se-á o conteúdo veiculados nos jornais impressos “Opinião” e “Correio do Tocantins”, na cidade de Marabá (PA), sobre o empreendimento neodesenvolvimentista denominado derrocamento do “Pedral do Lourenção”, cujo resultado é a dragagem de um conjunto de rochas em um trecho de 43 quilômetros do Rio Tocantins no município de Itupiranga (PA). Sendo, pois dado atenção ao conteúdo jornalístico que trata desse assunto – *locus* empírico da pesquisa –, analisado aqui com base na contradição. Ou seja, a derrocagem (ou dragagem) do pedral se apresenta como dispositivo mobilizador de uma política econômica pautada no neodesenvolvimentismo que está em curso no País (CAS-

TRO, 2012).

Este empreendimento pode ser visto como uma tese de progresso nesse recorte da Amazônia, afastando a região da barbárie do atraso. Mas – em alguns momentos e em determinadas dimensões – sua antítese mostra que o derrocamento do pedral está mobilizando também novas formas de barbárie. Resta assim compreender a síntese dessa movimentação dialética. Por outro lado, é preciso ter em mente que o método dialético de interpretação da história, com observa Matos (2005), é uma orientação para as possibilidades de que cada época se apresenta como portadora e não representa o estabelecimento prévio de uma verdade.

Sendo, portanto, as notícias produzidas por dois principais jornais da cidade de Marabá (PA), já que a cidade de Itupiranga não possui jornais impressos, os embates sobre as notícias centram-se na localidade onde o movimento político e territorial é de maior contingência. Preocupa-se, por fim, perceber o grau como a notícia, nos referidos jornais, promovem a mercantilização da informação e dão formas instrumentalizadas ao rio ao se dirigir sobre ele como uma simples esteira de escoamento de matéria primas que produzem *commodities*. Chama-se a atenção para o fato de que a produção das notícias nos jornais, o interesse socioeconômico e político, em relação à instrumentalização do Rio Tocantins, possui particularidades que acaba sendo compactuada por grupos de interesses hegemônicos em detrimento de interesses populares.

Ethos dos Jornais Pesquisados

Inicialmente, busca-se compreender o processo de construção midiático em torno do tema em questão, no que diz respeito às relações de poder que interferem no tratamento dado ao investimento. Sena (2014) analisando a construção das notícias do jornal “Correio do Tocantins”, percebeu que desde sua primeira edição, este jornal preenche seus principais espaços com notícias policiais e de economia voltada para os chamados grandes empreendimentos. Para Sena (2014), o editorial tem sido marcado com o discurso de uma mídia “sem tendência política e partidária” e cujo compromisso é com a “informação verdadeira”, séria, interessante e “imparcial”. Nesse sentido,

mais que apontar o seu objetivo (e como estratégia de alcançá-lo) o jornal estava buscando legitimar-se enquanto espaço democrático, a serviço da informação ‘verdadeira, séria, interessante e imparcial’ e que, portanto, estaria acima das diferenças de classe, políticas ou partidárias. Seu único papel seria o de informar. (SENA, 2014, p.88).

Como se pode notar, o jornal trabalha com manifesto interesse de conferir *status* de verdadeiro para si, imparcial, ao seu noticiário, replicando essa imagem nas consciências individuais do seu receptor, até se consolidar assim no inconsciente coletivo da massa, legitimando-se enquanto portador de informações de interesse comum, supostamente desconectadas das filiações ideológicas que constituem sua linha editorial. (BAKHTIN, 2006).

O jornal Opinião, fundado em 1995, se anuncia crítico, responsável, dando espaço a todas as correntes de opinião da sociedade, sem omitir seu papel na construção de uma “sociedade mais justa e democrática”. O enunciado parece mais palatável, ao empregar um compromisso com certa pluralidade, mas sempre deixando claro que haverá posicionamentos próprios, sem, no entanto, se aprofundar na linha editorial dos conteúdos, explica Sena (2014, p. 90):

apesar dessa postura, afirma o editorial, ele não abriria mão de um posicionamento crítico, justo e centrado na verdade.

Assim, à medida que afirma o seu respeito às diferentes opiniões na sociedade, o jornal Opinião busca posicionar-se acima das diferenças de classe, ideologias e opiniões, ressaltando que o seu compromisso é com a verdade.

Tal discurso, identificado por Sena (2014), implica criar uma aura acima das diferenças de classe, ideologia e opiniões dos leitores, que possivelmente possam se contrapor aos interesses do periódico. Para além disso elabora o discurso de apresentação, certo de se antecipar com tal justificativa, uma vez que é preciso compreender que os dois jornais citados acima estão ligados diretamente a grupos políticos e econômicos, que dialogam com a classe hegemônica regional, funcionando como “instâncias de controle ideológico”. (COSTA, 2002, p. 147).

Alienação, Fetiche e Reificação

A conexão do sujeito à natureza tem se convertido numa relação de domínio do primeiro sobre o segundo, conferindo caráter mercadológico (ou mercantil) para cada um dos elementos naturais (nesse caso específico o rio), numa relação que, praticamente, ganha *status* jurídico, posto que “para o esclarecimento, aquilo que não se reduz a números e, por fim, ao uno, passa a ser ilusão” (ADORNO; HORKHEIMER, 1985, p. 23). Semelhante situação, percebe-se, por exemplo, quando o rio sofre esvaziamento de suas significações, para ser apenas mercadoria. Aniquila-se o caráter cultural do caminho de águas que percorre a vida de comunidades tradicionais, para as quais o rio é fonte de subsistência, e acaba produzindo efeito social como elemento aglutinador de vivências, de formação de povoados e de abrigo para práticas culturais e sociais.

Mas essa relação de dominação do sujeito sobre a natureza remove todos esses significados. O rio tem assim suas múltiplas dimensões e interpretações esvaziadas de sentido, transformando-se naquilo que ele não é: uma ferramenta, um dispositivo de circulação de mercadorias, cuja composição biológica – nesse formato de relação mercantilizada – passa a ser o piso de uma esteira sobre a qual se transportam mercadorias que têm a função de produzir outras que simbolizam bem-estar na modernidade para o sujeito; ou passa a ser ainda a fonte de energia para construir essas mercadorias.

Nisto reside a alienação, quando se perde o sentido de humanidade e se produz um distanciamento e estranhamento em relação aos outros indivíduos, assim como do produto de seu trabalho e da sua própria relação com o ambiente (LUKÁCS, 1989). É esse o caso da notícia publicada no jornal Opinião em março de 2012:

Como se sabe a abertura da hidrovía possibilitará o escoamento da produção da Alpa, da Aline (projeto de laminados do grupo Sinobras) e também do polo metal mecânico que deverá ser construído em Marabá. Sem contar que a hidrovía fará a integração entre as regiões Norte e Centro-Oeste do País. (Jornal Opinião, 24 a 26 de março de 2012)

Trata-se aqui de um exemplo clássico do esclarecimento, que, historicamente, vem aprisionando as relações sociais numa equação matemática, na permanente tentativa de triunfar sobre o mito, caindo em contradição, como mostram Adorno e Horkheimer (1985, p. 23), ao afirmarem que “os mitos que caem vítimas do esclarecimento já eram o produto do próprio esclarecimento”, uma vez que o regime de esclarecimento se converte em doutrina, já que não há um discurso massificado em torno de outra possibilidade de progresso nesta parte da Amazônia, que não seja a remoção do pedral para a consolidação da hidrovía.

Há que se destacar também aqui que essa instrumentalização do rio só faz sentido porque existe um fetiche sobre esse modelo de sociedade esclarecida. Desse modo, o fetiche sobre a instrumentalização do rio consiste em anunciar a todos que sua transformação em uma esteira fordista vai gerar emprego e renda para todos. Este é o conteúdo e a embalagem da notícia que é vendida pelos jornais, a transformação do rio em um elemento externo, em uma mercadoria que vai satisfazer as necessidades da sociedade. (MARX, 1975).

Aprisionado no esquematismo da razão instrumental, o sujeito participa do mecanismo de transformação das relações sociais em relação entre coisas, a reificação, conforme explica Resende (2009, p. 117): “De um lado, na progressiva fragmentação do indivíduo e, de outro, na sua atitude contemplativa frente ao trabalho”. Essa reificação se dá – também – pela insensibilidade das relações sociais, cujos procedimentos encobrem, mas revelam seu caráter desumanizado. (HAUG, 1997). Vemos esse fenômeno em movimento ao analisar novamente a edição do Jornal Opinião no período de 24 a 26 de março de 2012, onde está estampada a seguinte manchete: “Governo federal confirma hidrovia”. O primeiro parágrafo da matéria crava uma declaração de alívio pela vitória dentro de uma determinada batalha:

O anúncio da ministra do Planejamento, Miriam Belchior, de que o governo federal vai fazer a Hidrovia Tocantins Araguaia, representa a vitória de uma batalha dentro de uma verdadeira guerra para o desenvolvimento econômico de Marabá, que tem como carro-chefe a implantação da Aços Laminados do Pará (ALPA). Pelo menos é assim que pensa o presidente da Associação Comercial e Industrial de Marabá (ACIM), Ítalo Ipojuacan. (Jornal Opinião, Marabá (PA), 24 a 26 de março de 2012)

Há que se perguntar qual seria o inimigo a ser derrotado nesta guerra. A única resposta possível seria a barbárie, vencida por aqueles que anunciam o progresso. Mas na prática como seria essa luta contra o atraso? É justamente aí que surge a “sementeira da nova barbárie”, uma vez que o inimigo que está sendo mutilado é a própria natureza. (ADORNO; HORKHEIMER, 1985, 42). A autorização para a destruição do pedral é em última instância essa vitória comemorada no jornal.

Hoje, sabe-se que o pedral nunca foi dinamitado. Mas, mesmo assim, o anúncio do governo de que a hidrovia seria consolidada é o pré-requisito para a tal vitória da pretensa guerra anunciada pelo representante da Associação Comercial e Industrial de Marabá (ACIM). Mas, afinal, o que há de vitorioso? Ou por que se vale o jornal do fetiche dessa vitória? Estaríamos ainda em guerra perpétua contra a barbárie? Sim, estaríamos, mas utilizando os mecanismos que servem para mantê-la, muito mais do que para vencê-la, como descreve Costa (2005, p. 141), mesmo reconhecendo um leque maior de informações midiáticas:

Na mesma perspectiva que a expansão da técnica não eliminou a fome, o analfabetismo, os campos de concentração, constata-se uma incapacidade da indústria cultural em possibilitar a existência de uma sociedade mais esclarecida, apesar do pluralismo de informações, fontes e meios técnicos de processamento, armazenamento, difusão e captação de mensagens.

A serviço de quem então está a técnica, o avanço científico? Ou para quem servem os grandes inventos advindos da pressão sobre o solo, sobre as águas e sobre as florestas? A resposta que Costa (2005) nos apresenta, tratando especificamente dos meios de

comunicação, é que seu direcionamento está a serviço do mercado, justamente porque as relações estão fragmentadas, desumanizadas e reduzidas a coisas. Portanto, se existe uma vitória, é a vitória da maquinaria, das relações comerciais e empresariais, da criação de ambientes de negócio em praticamente todas as esferas da vida e isto está negrito nas manchetes de jornais, estampado nas capas das revistas, nos anúncios da TV, nas páginas de rede sociais, nos grupos de WhatsApp. Não importa a técnica e sua ferramenta tecnológica utilizada, “a fome, o analfabetismo, os campos de concentração” vão continuar a existir porque a preocupação do mercado é produzir demanda para consumo, como se isto fosse a libertação da barbárie. A única vitória possível é aquela adquirida pelo consumo.

Por isso, a vitória sobre a natureza não é apenas a vitória da Associação Comercial, ou dos donos dos meios de produção, mas é também, ilusoriamente, a vitória das classes subalternizadas, porque “[...] Obstinadamente insistem na ideologia que as escraviza” (Adorno Horkheimer, 1985, p. 125) e isso ocorre porque esse mecanismo que produz oferta e procura atua como dispositivo de manutenção do dominante, pois não é o trabalhador braçal, o pescador ou o menor aprendiz que comemora a vitória sobre a natureza. Há quem por ele festeje mais um passo rumo ao progresso.

Implicações da Razão Técnica

Com o anteparo do que já foi pesquisado até aqui, é possível observar que o texto do jornal se apresenta também como mercadoria de representação de uma sociedade de consumo, que está enredada na razão técnica da Indústria Cultural, capaz de implantar necessidade de aquisição de produtos tecnológicos, que envelhecem num piscar de olhos e rapidamente precisam ser substituídos, sobrecarregando a natureza em nome de um bem estar efêmero, protegido por um tipo de esclarecimento em que homem e máquina se conectam, um como extensão do outro, e nada pode estar fora desse campo magnético. É isso que revela Horkheimer (2002, p.7):

Parece que enquanto o conhecimento técnico expande o horizonte da atividade e do pensamento humanos, a autonomia do homem enquanto indivíduo, a sua capacidade de opor resistência ao crescente mecanismo de manipulação das massas, o seu poder de imaginação e o seu juízo independente sofreram aparentemente uma redução. O avanço dos recursos técnicos de informação se acompanha de um processo de desumanização. Assim, o progresso ameaça anular o que se supõe ser o seu próprio objetivo: a ideia de homem.

Assim, o que se vê nas páginas do jornal, na tela da TV, nas ondas do rádio e da internet são resultados das escolhas práticas do que noticiar (PEREIRA JÚNIOR, 2003). E isso ocorre a partir de uma análise superficial, onde as ferramentas tecnológicas são apenas isso, ferramentas que possibilitam atender com maior eficácia a linha editorial do jornal/empresa, esvaziando as poucas possibilidades de reflexão que produza ranhuras na estrutura dessa sociedade mercantilizada.

Afirmamos, com isso, que a produção de bens simbólicos – que nesse caso são as notícias dos jornais – termina por se transformar em mercadoria, atendendo aos interesses político, mercadológico e econômico e não sociais da Indústria Cultural. Essa conversão da atividade cultural em mercadoria, abandonando o caráter emancipatório, segundo Adorno (2010), dá contornos à constituição do processo de semiformação. “A semiformação é o espírito conquistado pelo caráter de

fetichismo da mercadoria”. (ADORNO, 2010, p. 25). E é, como se vê, a semiformação que enfraquece as possibilidades de superação da dependência econômica. Trata-se, portanto, de um dispositivo que condena a classe dominada a consumir os produtos que carregam na sua essência os valores culturais dominantes.

É justamente aí que Loureiro (2003) dialoga com Adorno, ao dizer que “a formação cultural se converte em semiformação” (2003, p. 61), posto que o sujeito-jornalista passa a vender uma mercadoria envolta no fetichismo criado pelo mercado, cujos produtos culturais deixam de ter valor de uso e passam a ter valor de troca.

Nas palavras de Matos (2005), não há, por assim dizer, uma ação que seja conscientemente emancipada por parte dos homens, posto que já não é mais o indivíduo ativo, “agente e consciente que toma em suas mãos seu destino”. (MATOS, 2005, p. 38). O que se vê agora, fruto da racionalidade instrumentalizada, é o sujeito autônomo convertido em objeto, encerrado no mesmo status da natureza, que ele tanto busca dominar, justamente num processo que o levaria à emancipação. É disso também que trata Horkheimer (2002), quando diz que o ser humano “no processo de sua emancipação, compartilha o resto do seu mundo. A dominação da natureza envolve a dominação do homem” (HORKHEIMER, 2002, p. 98). Assim, o sujeito reflete no outro a coisificação que afeta a ele próprio.

É disso também que trata Duarte (2001, p. 36), quando vislumbra um mundo onde tudo é “potencialmente, mercadoria”, e aí ele não está se referindo aos bens de consumo, que já são produtos mercantilizados em sua essência, mas ele se refere ao fato de que o sentido mercadoria pode ser estendido a outras atividades que se vendem como resultado do produto do trabalho humano como instância ideológica que precifica “a saúde, o amor, a vida, a morte”. (DUARTE, 2001, p. 36). E, numa conclusão que parece transmitir desespero e desencantamento com o esclarecimento, Duarte (2001) se rende à violência imposta pelo totalitarismo da razão, ao entender que, “no limite, as próprias pessoas se tornam uma forma de mercadoria”. (DUARTE, 2001, p. 36). É o caso do jornalista, que está inscrito entre os profissionais cujas carreiras têm significado mais amplo do que um emprego, tornam-se um estilo de vida.

Um Discurso Homogeneizante

Dentro desse embate pela instrumentalização do rio, a partir do enunciado jornalístico negociado como mercadoria que propagandeia essa ideia, o que se tem visto é uma massificação ideológica, cujo mecanismo utilizado é a junção dos sujeitos que orbitam na área do projeto como se fossem uma massa hegemônica. No Jornal Opinião, de 4 e 5 de abril de 2013, a despeito de um seminário que tratou do início das obras do derrocamento do pedral, o então prefeito de Marabá, João Salame Neto, propõe um regime de conciliação entre dominantes e dominados:

Se depois desse seminário as coisas não fluírem, vamos encabeçar uma campanha, unindo prefeituras, Câmaras de Vereadores e sociedade civil organizada, com divulgação na mídia, em prol da hidrovía. Vamos mostrar a todos que a hidrovía é vital para o nosso desenvolvimento (Jornal Opinião, de 4 e 5 de abril de 2013).

Ao juntar todos os atores em um único rebanho de insatisfação com o Estado e sua demora em autorizar as obras que vão impactar o Rio Tocantins para consolidar a hidrovía, o agente que ganha voz no jornal - prefeito de uma das cidades influenciadas pelo empreendimento e membro do próprio Estado – parece ter o condão de unir as massas. Mas o que vem a ser essa massa? Sobre isso discorre Barbero (1997, p. 47-48), destacando que se trata de um “fenômeno psicológico pelo qual os indivíduos, por mais diferente que seja seu modo de vida, suas ocupações ou seu caráter, ‘estão dotados de uma alma

coletiva que lhes faz comportar-se de maneira completamente distinta de como o faria cada indivíduo isoladamente”. Há um projeto em andamento, que tem uma autoria e sujeitos a serem beneficiados, mas toda a massa precisa ser convencida de que o desejo da autoridade é também o seu desejo, assim como os benefícios que incidiram sobre esta autoridade, sobre as massas incidirão também, como observa Barbero (1997, p. 50):

E então o verdadeiro problema que uma psicologia das massas deve enfrentar é “o problema da submissão do homem à autoridade”, de sua degradação, já que “onde quer que grupos humanos e frações das classes oprimidas lutem ‘pelo pão e pela liberdade’, o grupo das massas se mantém à margem e reza, ou simplesmente luta pela liberdade no bando de seus opressores” (BARBERO, 1997, p.50).

Por isso, a força contida no enunciado jornalístico tem uma âncora capaz de solidificar o chamado do governante, porque já existe uma preparação anterior das massas, porque entendemos existir uma mediação que configura possibilidades cujo baldrame está justamente no conceito do que deve ser de um rio e qual sua utilização. Ainda que tal projeto nunca tenha saído do papel, toda essa mobilização é tão sólida quanto as rochas do pedral que ainda não foram removidas. Há que se verificar na fala do gestor municipal que ele não conclama indivíduos, mas fala em instituições do poder público e uma certa “sociedade civil organizada”, como se, por atração, fosse o momento propício do conflito para unir agentes que estão em disputa dentro do mesmo território, mas tal união se dá a partir de uma lógica mercantilizada.

Há, por assim dizer, um massivo que está diante dos meios comunicacionais, que se mostram eficazes, porque – historicamente – têm se desviado da sua função meramente política para produzir enunciados de estímulo ao consumo, ainda que os agentes sejam políticos, pois há por trás de cada discurso, de cada reunião, de cada seminário, um interesse financeiro que busca atingir cada um e todos os sujeitos que ocupam determinado território e disputam posições sobre uma mesma plataforma. Assim, as ideologias se tornam um discurso de massa que visa introduzir o desejo pelo consumo.

Um Fragmento de Luz

É possível apenas – aqui e ali – encontrar fragmentos de luz, como na edição do Jornal Correio do Tocantins, datada de 29 e 31 de maio de 2014, onde aparece uma voz dissonante daquela que emana do mercado, numa pequena matéria na parte inferior da página que trata sobre o derrocamento com o seguinte título: “Itupiranga pode ser prejudicada com a derrocagem do pedral”. Nesse informativo jornalístico, o então presidente da Câmara Municipal de Itupiranga, Elias Lopes da Cruz, alerta para outras possibilidades de instrumentalização do rio, que seriam o turismo e também a pesca, posto que, segundo ele, as praias, os lagos e lagoas existentes no município são produto do pedral do Lourenção e com a derrocagem do conjunto de rochas, tudo isso deixaria de existir.

O que se vê é uma romantização do que seria o turismo mobilizado pelos bancos de areia (chamados de praia no sul e sudeste do Pará), que atraem banhistas de várias regiões, assim como existe romantização maior ainda do pescador, daquele que vive e sobrevive a partir do que a natureza pode lhe dar, porque não se trata de grandes conglomerados pesqueiros, mas de famílias organizadas associativamente em pequenas colônias. É nesse sentido que faz jus o preceito bhábhaniano ao apresentar o conceito de barbárie do estereótipo do sujeito imutável como dispositivo de circulação da ideia hegemônica sobre progresso, ou seja,

Um aspecto importante do discurso colonial é sua dependência do conceito de 'fixidez' na construção ideológica da alteridade. A fixidez, como signo da diferença cultural/histórica/racial no discurso do colonialismo, é um modo de representação paradoxal: conota rigidez e ordem imutável como também desordem, degeneração e repetição demoníaca [...]. (BHABHA, 1998, p. 105, grifo do autor).

Trazendo esse pensamento para a realidade amazônica, os procedimentos colonialistas que hoje operam a partir dos chamados grandes empreendimentos mantêm essa dependência de fixidez estereotipada do sujeito amazônida para lhe conferir caráter de atraso e impor a necessidade de domínio sobre ele a partir de novas práticas econômicas e sociais.

Há que se entrar no enunciado produzido pelo jornal, a partir da fala do vereador, para entender que o turismo nas praias de água doce e a pesca não são atividades estáticas, de mera contemplação da natureza, mas sim o fruto de uma comunicação do sujeito com possibilidades que - pelo menos em primeiro plano e não de forma consciente - não são aquelas encomendadas pela indústria cultural através da mercadoria-notícia.

Outra avaliação sobre a pequena matéria que questiona os benefícios da dragagem do Pedral do Lourenção diz respeito ao procedimento estético de localização deste enunciado na página do jornal. Há de se questionar por que essa notícia intitulada "Itupiranga pode ser prejudicada com a derrocagem do pedral" não é a manchete principal da página. Ao invés de ser uma pequena contraposição que tem o interesse mais de mostrar certa pluralidade jornalística, poderia buscar um aprofundamento sobre os argumentos levantados no texto. Isso ocorre porque os jornais brasileiros, historicamente, vêm sendo transformados em grandes empreendimentos, integrando-se a grandes grupos de comunicação, conforme analisa Pereira Júnior (2003, p. 45):

As grandes transformações que aconteceram no país, desde os fins do século – o fim do escravismo e o advento da República principalmente –, corresponderam ao avanço das relações capitalistas no Brasil e, como consequência, o avanço progressivo da burguesia. É dentro desse contexto que se situa a passagem da imprensa artesanal à imprensa industrial, da pequena à grande imprensa.

Segundo o mesmo autor (2003), as empresas jornalísticas foram crescendo financeiramente, como mais um componente da história do desenvolvimento capitalista, de modo que não há como desviar o percurso do jornalismo brasileiro do percurso do capitalismo e do neodesenvolvimentismo no país. Assim, o que se tem a analisar a respeito do posicionamento da matéria na página do jornal é que se trata da manutenção de um discurso hegemônico que não chega a ser confrontado por um enunciado que aparentemente o enfrenta. Pelo contrário, a matéria acoplada como um apêndice do conteúdo apenas deixa claro qual a filiação ideológica que está em circulação seja no interior das relações institucionais quanto nas relações entre os sujeitos.

Conclusão

Verificou-se, a partir das notícias analisadas sobre o derrocamento do Pedral do Lourenção, que a informação se converte em mercadoria porque, ao entregar aos seus leitores as notícias sobre este assunto, lhes vende um produto: um estilo de vida pautado na relevância das relações comerciais em detrimento de outros tipos de relação, como a afetiva e a social.

E como isso ocorre? Nas 50 edições onde conseguimos localizar notícias sobre o derrocamento, no período de 2012 a 2014, o empreendimento é tratado como tábua de salvação para a economia regional. Há *status* de verdade na instrumentalização do Rio Tocantins, uma verdade que tiraria a região da barbárie do atraso econômico, mas produziria outra forma de tirania.

Há um veto tácito em torno dos efeitos colaterais provocados por esse empreendimento, pois o derrocamento do pedral do Lourenção, ao passo em que mutilará vivências tradicionais, não dará a garantia do emprego a todos, pois os frutos da hidrovia serão colhidos pelas grandes corporações, como sojeiros e mineradoras, que terão como escoar sua produção, e também pelo poder público, que arrecadará mais impostos, cuja utilização também tem sido pautada pelas relações mercantis.

Até hoje o derrocamento não foi posto em execução, ao passo em que a notícia sobre ele foi desaparecendo gradativamente da mídia e voltou à condição de ser apenas mais uma pauta jornalística, ao mesmo tempo em que os atores envolvidos na massificação desses empreendimentos neodesenvolvimentistas colheram dividendos políticos por terem sido porta-vozes desse anunciado, que agora está momentaneamente silenciado.

Assim, compreende-se que esta pesquisa foi capaz de estimular um debate sobre a emergência de uma análise mais crítica em relação ao enunciado do noticiário jornalístico de forma geral e não apenas dos jornais impressos. Mas essa crítica precisa ser pautada em pesquisa científica, identificando padrões de comportamento que só podem ser compreendidos a partir do conhecimento da gênese das relações entre a mídia e os donos dos meios de produção. É possível também promover mais diálogo entre a universidade e as comunidades tradicionais desta região, que estão sob um regime de ameaça daquilo que restou de sua individualidade.

Referências

ADORNO, Theodor, Teoria da semiformação. In: PUCCL, Bruno; ZUIN, Antonio A. BARBERO, J. M. **Dos meios às mediações. Comunicação, cultura e hegemonia.** Rio de Janeiro, Editora UFRJ, 1997.

BAUMAN, Zygmunt. **Vida para o consumo: a transformação das pessoas em mercadoria.** Rio de Janeiro: Zahar, 2008.

CASTRO, Edna. **Expansão da fronteira, megaprojetos de infraestrutura e integração sul-americana.** Salvador, 2012.

COSTA, Belarmino Cesar Guimarães. **Estética da Violência: Jornalismo e Produção de Sentidos.** Campinas (SP), 2002.

CUNHA, Cristiane Vieira. **Relatório do I Seminário sobre os impactos da Hidrovia Araguaia-Tocantins sobre a pesca na região: o rio Tocantins para além do uso como via de transporte.** UNIFESSPA, 2017. Não publicado.

HAUG, W. F. **A crítica da estética da mercadoria.** São Paulo: Ed. da Unesp, 1997.

HORKHEIMER, Max. **Dialética do Esclarecimento.** Rio de Janeiro (RJ), Jorge Zahar, 1985.

_____. **Eclipse da Razão.** São Paulo (SP), Centauro, 2002.

LOUREIRO, Robson. **Da teoria crítica de Adorno ao cinema crítico de Kluge: educação, história e estética.** Florianópolis: PPGE/UFSC, 2006. Tese de doutorado. Disponível em: <<http://www.tede.ufsc.br/teses/PEED0577.pdf>>.

LUKÁCS, G. **História e consciência de classe: estudos de dialética marxista**. Trad. Telma Costa; Revisão Manuel A. Resende e Carlos Cruz – 2º Edição, Rio de Janeiro: Elfos Ed.; Porto, Portugal, Publicações Escorpião, 1989.

MARX, K. **O capital: crítica da economia política**: Livro primeiro: o processo de produção do capital. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1975.v.1.

_____. **O capital – crítica da economia política, vol. I**: livro primeiro – o processo de produção do capital (tomo 1). São Paulo: Nova Cultural, 1996.

MATOS, Olgária C. F. **A escola de Frankfurt: Luzes e Sombras do Iluminismo**. São Paulo, Moderna, 2005.

PEREIRA JÚNIOR, Alfredo Vizeu. **Jornalismo e representações sociais**. Chapecó (SC), Argos, 2006.

_____. **Decidindo o que é notícia: os bastidores do telejornalismo**. Porto Alegre (RS), EdPUC, 2003.

SENA, Laécio R. **O MST nos discursos da mídia impressa marabaense**. Marabá (PA), PDT-SA, 2014. 180 f. Dissertação (Mestrado em Programa Desenvolvimento Territorial e Sociedade Amazônica). Instituto de Ciência Humana, UNIFESSPA, Marabá (PA), 2014.

Recebido em 27 de junho de 2019.
Aceito em 4 de setembro de 2019.