



## **Contratos de Comunicação na Floresta<sup>1</sup>**

Francisco de Moura PINHEIRO<sup>2</sup>

Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, SP

### **RESUMO**

Quando em campanha pelo Governo do Estado do Acre, na segunda metade da década de 1990, o Partido dos Trabalhadores fundamentou o seu discurso na questão do desenvolvimento sustentável. Com base no discurso de campanha, ao assumir o almejado poder, em 1999, uma das primeiras atitudes dos novos dirigentes foi criar uma ideologia que pudesse servir de força motriz para as suas ações. Desta forma é que foi criado o neologismo “florestania”, juntando numa mesma palavra os vocábulos “floresta” e “cidadania”. O objetivo desse artigo é tecer considerações sobre os contratos de comunicação usados pelo Governo do Estado, via mídia eletrônica e impressa, para a efetiva divulgação e aceitação popular da nova ideologia.

**PALAVRAS-CHAVE:** contratos de comunicação; florestania; ideologia; cidadania.

### **1. O sentimento orientador do discurso**

Embora não conste nos dicionários, a palavra “florestania” existe no estado do Acre desde 1999, ano em que se iniciou o primeiro dos dois mandatos seguidos do governador Jorge Viana, do Partido dos Trabalhadores (PT). E persiste nos dias atuais (2009), no governo do também petista Arnóbio (Binho) Marques. Trata-se de um neologismo que junta num mesmo vocábulo as palavras “floresta” e “cidadania”. Uma iniciativa visando estabelecer o direito de ser cidadão de cada um dos habitantes da floresta acreana, inclusive daqueles que não existem para o país, por não possuírem, sequer, uma certidão de nascimento.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Comunicação e Desenvolvimento Regional e Local do IX Encontro dos Grupos/Núcleos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Jornalista na Universidade Federal do Acre (Ufac) e doutorando em Comunicação e Semiótica na Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP). E-mail: fdandao@gmail.com.



“Florestania”, de acordo com os seus ideólogos, militantes do PT e de outros partidos ditos de esquerda, que se juntaram numa coalizão regional denominada Frente Popular, foi a forma encontrada para massificar uma idéia de um governo voltado para a exploração sustentável dos recursos florestais, bem como de proporcionar bem-estar às pessoas que nasceram, cresceram e vivem até hoje no meio da floresta, usando os benefícios desta para sobreviver. Uma espécie de pacto natural, baseado no equilíbrio das ações e relações entre homens e ambiente.

No dizer do jornalista Antônio Alves Leitão Neto, um dos mentores diretos da idéia, a “florestania” seria, além de um conjunto de relações sociais, direitos, deveres, leis e conquistas, um sentimento que pode ser expresso no conceito de que a floresta não nos pertence, nós é que pertencemos a ela. Uma espécie de sentimento orientador para as nossas escolhas econômicas, políticas e sociais – e por isso inclui a cidadania -, mas que orienta também as nossas escolhas ambientais e culturais – e por isso a transcende.

O ponto inicial da florestania é o respeito reverente pelos ecossistemas. O equilíbrio dinâmico dos ambientes, os ciclos da natureza como acontecem em cada lugar, as relações entre os seres e elementos que levaram milhões de anos para chegar à forma que hoje têm, essas são as coisas que constituem um “terreno sagrado” em que devemos tirar as sandálias para entrar. O mínimo de impacto e alteração deve ser buscado. E há lugares em que esse mínimo é zero: áreas intocáveis, santuários, parte íntimas da natureza nas quais a soberania absoluta do não-humano deve ser reconhecida. (ALVES, 2004, p.130).

A floresta, antes desprestigiada e ridicularizada pelas sociedades urbanas, é transformada em símbolo de uma revolução. O engenheiro florestal Jorge Viana, governador que deu início ao processo, empreende ações que possam identificá-lo como o legítimo sucessor de Chico Mendes, o líder seringueiro assassinado em 1988, transformando o seu governo no fio condutor que pretende transformar o Acre num exemplo de desenvolvimento sustentável a ser seguido pelos povos do planeta. Uma conduta altamente simpática, numa época de profunda devastação ambiental.

A própria história do Estado, cujo território pertencia à Bolívia até o século XIX, serviu de inspiração aos novos governantes, na apropriação de elementos que exaltam os feitos dos nordestinos que lutaram na chamada Revolução Acreana. A bandeira e o hino estaduais foram usados desde a primeira campanha do Partido dos Trabalhadores como instrumentos de legitimação de uma força política que se dizia



disposta a lutar pelos direitos do homem da floresta. A estrela vermelha que adorna um dos cantos (superior esquerdo) da bandeira, dividida por uma linha diagonal, com a cor amarela na parte superior, e verde na parte inferior, foi associada à estrela da mesma cor do PT. E o hino, composto durante a revolução, e cujo estribilho possibilita estabelecer uma relação entre a estrela da bandeira e o símbolo do partido (*Fulge um astro da nossa bandeira/ Que foi tinto do sangue de heróis/ Adoremos na estrela altaneira/ O mais belo e melhor dos faróis*) sempre foi cantado nas manifestações públicas, causando arrepios nos presentes.

Sob esse prisma, da apropriação de personagens históricos e de símbolos por grupos políticos, atribuindo-lhes significados que adquirem um sentido determinado em circunstâncias específicas, para a construção de uma ideologia, vale a pena recorrer ao pensamento de Marshall Sahlins, em *Cultura e Razão Prática* (Jorge Zahar Editor, 1979), quando ele diz que “nenhum objeto, nenhuma coisa é ou tem movimento na sociedade humana, exceto pela significação que os homens lhes atribuem”. O hino acreano, por exemplo, o mesmo há cem anos, era ouvido apenas como uma melodia harmoniosa. Talvez até chato, para alguns, por ser muito longo. Após a atribuição nova de significação, há pessoas que se emocionam a ponto de não controlarem as lágrimas durante as execuções.

Ao autodenominar-se Governo da Floresta, o Partido dos Trabalhadores assume o discurso de que a preservação da floresta, associada à manutenção dos seus habitantes nos seus locais de origem e à melhoria da qualidade de vida destes é o eixo fundamental da sua ação, cujo um dos fundamentos é justamente a elevação da auto-estima dos membros dessa população. O secretário de Comunicação do Governo Jorge Viana, jornalista Aníbal Diniz, confirma essa premissa ao afirmar que a escolha do slogan Governo da Floresta foi uma opção pelo fortalecimento e pelo resgate da identidade do povo acreano. “A gente usou tudo que pudesse somar para fortalecer aquilo que é próprio e marcante na cultura acreana”, declarou Aníbal. (PINHEIRO, 2005).

## **2. As estratégias de comunicação da “florestania”**

No processo de construção e sedimentação da idéia da “florestania”, o Governo do Acre percebeu que o sistema público de comunicação seria de importância vital. “Quando a gente fez essa opção pela floresta, a gente identificou que precisava dar uma



atenção muito especial ao meio radiofônico de comunicação”, diz Aníbal Diniz. (PINHEIRO, 2005). Isso porque, ainda de acordo com o referido assessor, se detectou a necessidade de se levar “as localidades mais distantes as informações alusivas ao Governo e também a multiplicação desse conhecimento próprio dos povos da floresta”. (PINHEIRO, 2005). A primeira providência, nesse sentido, foi aumentar em cerca de mil por cento a potência da Rádio Difusora Acreana, emissora AM, de propriedade do Governo estadual, sediada em Rio Branco, e usada costumeiramente pelo poder público para divulgar os seus atos e, conseqüentemente, fazer propaganda política.

“Quando nós assumimos o Governo, a Rádio Difusora Acreana funcionava com um quilo de potência, o que é muito pouco para uma rádio AM que pretende chegar ao Estado todo. A gente fez, então, imediatamente, uma solicitação ao Ministério das Comunicações, elevando a capacidade do rádio para dez quilos de potência. O Governo do Estado comprou um transmissor novo e a gente aumentou muito a capacidade de irradiação da emissora. Eu creio que essa foi uma das providências mais importantes tomadas naquele momento”, explica Aníbal Diniz. (PINHEIRO, 2005).

O aumento da potência da principal emissora de rádio pública do Estado fez o Governo também aumentar a sua capacidade de comunicação com o público e, por conseguinte, a possibilidade de sedimentar a idéia da “florestania”. Mas a ação governamental não parou por aí. O passo seguinte foi a criação de uma rádio educativa, FM (Rádio Aldeia), em Rio Branco, bem como de seis outras FMs no interior do Estado. O secretário Aníbal Diniz conta como se deu esse processo.

Passado algum tempo a gente percebeu que a audiência da Difusora era muito forte na zona rural e que nós tínhamos um vácuo muito grande em relação ao público da área urbana, que ouvia menos a Difusora e ficava mais ligado às FMs comerciais. E aí a gente fez um projeto para a implantação de uma rádio educativa em Rio Branco. Mas depois a gente percebeu que vários outros municípios também tinham essa carência, que não tinham nenhum veículo de comunicação para suprir as suas necessidades básicas, como, por exemplo, para veicular uma campanha de vacinação etc. Com base nisso, a gente fez uma argumentação muito forte para o Ministério das Comunicações e eles nos deram uma concessão especial para a gente abrir seis rádios FMs no interior do Estado. Esse número ainda ficou aquém ao que desejávamos. Nós queríamos levar rádios para os vinte e dois municípios, mas seis é um limite máximo para cada fundação. (PINHEIRO, 2005).



Criadas as rádios, ainda de acordo com o depoimento de Aníbal Diniz, veio o momento da definição da programação. A decisão foi tomada por uma programação em rede, onde todas as seis rádios FMs, em Rio Branco, Cruzeiro do Sul, Tarauacá, Sena Madureira, Xapuri e Brasília veiculassem a mesma coisa, via satélite, a partir da capital. “E acabou”, afirma Aníbal Diniz, “que a gente cumpriu um outro objetivo da integração. Qual a melhor forma de integrar uma região? Pela comunicação”. (PINHEIRO, 2005).

Mas o projeto de veiculação do discurso governamental e, naturalmente, construção e sedimentação ideológica da “florestania” não se limitou (nem poderia se limitar) ao veículo rádio, passando num segundo momento para o mundo imagético da televisão. O Governo percebeu, por exemplo, que a segunda cidade do Estado, Cruzeiro do Sul, distante setecentos quilômetros da capital, tinha uma programação com sinais gerados no Rio de Janeiro, em São Paulo e no Amazonas, locais com realidades, em alguns aspectos, bem diferentes da realidade regional. E assim, decidiu-se criar uma emissora de televisão educativa, TV Aldeia (mesmo nome da rádio), sediada em Rio Branco, com retransmissoras em tempo real, via satélite, em todas as cidades do interior.

No que diz respeito à programação da televisão, Aníbal Diniz é enfático em afirmar a prevalência do jornalismo e dos serviços, sempre com a preocupação de divulgar notícias “positivas”, capazes de contribuir para a auto-estima do cidadão da floresta. “Quando a gente vai discutir sobre pauta”, explica o assessor, “procura-se estabelecer a busca por uma notícia que contribua para a melhoria da qualidade da vida das pessoas”. (PINHEIRO, 2005). Nessa linha editorial, é proibido qualquer tipo de cobertura policial. “Nas coberturas todas, a gente optou por não trabalhar com noticiário policial, porque temos o entendimento que isso, de certa forma, contribui para realçar o espírito negativo das pessoas”, explica Aníbal Diniz. (PINHEIRO, 2005).

Quanto aos fatos políticos, no dizer de Aníbal Diniz, estes não podem entrar na programação nem das emissoras de rádio nem nas de televisão, evitando-se assim que os veículos façam apologia ao partido dominante, o que forçaria, do ponto de vista ético, a dar espaços para os adversários. Nenhum dos lados tem espaço nos noticiários. “Se a gente tivesse que focar os fatos políticos do nosso lado, nós teríamos que colocar as duas posições. E isso, nós entendemos, não é papel das emissoras educativas”, afirma o secretário. (PINHEIRO, 2005).



“Quando os nossos aliados querem partir para cima dos nossos adversários, nós os censuramos. E quando os nossos adversários querem usar o nosso espaço, a gente não deixa, alegando que não damos espaço para nenhum dos lados. É uma rede de rádio e TV educativas e a idéia é trabalhar para a comunidade. Quando nos falam que nós somos imbecis e que os adversários se um dia ganharem o Governo transformarão os veículos em palco contra nós, a gente responde que cada um responde pela sua consciência. Nós temos consciência de que estamos cumprindo um papel educativo e não vamos abrir mão disso, mesmo contrariando aliados”, explica Diniz. (PINHEIRO, 2005).

Especificamente falando da relação entre a idéia motriz do Governo do PT, o autodenominado Governo da Floresta, de elevar o orgulho dos nativos e a respectiva sensação de pertencimento mútuo entre os acreanos e o seu espaço territorial, e a conseqüente instalação de uma rede de rádio e televisão, o secretário Aníbal Diniz não hesita em afirmar com todas as letras que o sistema foi mesmo imaginado e construído com essa finalidade.

“Nós construímos um sistema de radiodifusão e televisão públicas no Acre, realmente, a serviço da idéia da florestania. A gente construiu essa rede com esse foco. Era preciso fazer isso. Inclusive porque havia uma mentalidade muito arraigada de que a cultura da floresta não era cultura. Aliás, se falava muito por aqui que cultura era somente as manifestações artísticas ou o conhecimento adquirido na academia. E os veículos de comunicação que estão hoje a serviço do Governo da Floresta têm sido instigados a trabalhar fortemente com a idéia de que a cultura é tudo aquilo que faz parte do modo de vida, do modo de agir diante de situações de um determinado povo. A gente tem procurado fazer com que o caldo de cultura que perpassa o povo acreano seja visto como a cultura da florestania. E a gente tem colocado, sim, os nossos veículos de comunicação a serviço dessa idéia. Educação, comunicação e cultura a serviço da florestania”, diz Aníbal Diniz. (PINHEIRO, 2005).

Além do sistema público de rádio e televisão, o Governo do Estado conta ainda com os quatro jornais diários que circulam em Rio Branco. A saber: *A Tribuna*, *A Gazeta*, *O Rio Branco* e *Página 20*. Todos esses jornais recebem uma fatia da verba publicitária do Governo, ficando na obrigação de dar todo o espaço que este precisar para divulgar as suas ações. Por conta dessa relação, dificilmente se vê algum tipo de crítica a um eventual erro nas ações governamentais. O jornal *O Rio Branco*, o mais antigo em circulação no território acreano (fundado em abril de 1969), ainda ensaiou fazer às vezes de voz da oposição, mas só exerceu esse papel durante os oito anos do Governo Jorge Viana. No momento em que sobreveio o terceiro mandato do PT, com a



vitória do candidato Arnóbio (Binho) Marques, o jornal *O Rio Branco*, sufocado por crescentes dívidas, acabou por capitular às verbas publicitárias do Governo e mudou a sua linha editorial, passando também a fazer a cobertura das ações governamentais. Mas de todos eles, o jornal *Página 20*, o de mais recente fundação (março de 1995) é (sempre foi) o mais alinhado, servindo como uma espécie de “diário oficioso” do Governo do Estado, mantendo uma linha editorial totalmente afinada com a Assessoria de Comunicação do Governo.

### 3. As linhas gerais do contrato

Para que se possa estabelecer melhor compreensão sobre as ações do Governo do Acre, no que diz respeito às ações empreendidas na área da comunicação, no sentido do fortalecimento da “florestania”, faz-se necessário recorrer aos postulados teóricos do “contrato de comunicação”.

Entendendo-se, como premissa básica, que não existe comunicação “neutra”, no sentido de que comunicar se configura na ação de homens sobre outros homens, ação essa que cria relações intersubjetivas que geram, destroem e/ou mantêm crenças que se revertem em determinados atos, é que se pode partir para a dissecação dos contratos estabelecidos entre os veículos de comunicação de massa e a sua respectiva audiência.

O primeiro passo para o entendimento do contrato de comunicação é a percepção de que são necessárias condições específicas na situação de troca na qual surge o discurso. Sem isso não se configura o interesse social que respalda a construção desse discurso. Os indivíduos não podem trocar palavras, influenciar-se, agredir-se, seduzir-se caso não haja um quadro de referência mútuo. Igualmente, esses indivíduos não podem atribuir um valor aos seus atos de linguagem, ou construir um sentido, se não existir um lugar cujos dados permitam avaliar o teor de cada fala.

No dizer de Patrick CHARAUDEAU (2006, p.67), a situação de comunicação é como um palco, “com suas restrições de espaço, de tempo, de relações, de palavras, no qual se encenam as trocas sociais e aquilo que constitui seu valor simbólico”. Essas restrições, ainda de acordo com o pensamento do referido teórico, são estabelecidas por um jogo de regulação das práticas sociais, “instauradas pelos indivíduos que tentam viver em comunidade e pelos discursos de representação, produzidos para justificar essas mesmas práticas a fim de valorizá-las”. (CHARAUDEAU, 2006, p.67). Uma





comunicação entre um grupo determinado de indivíduos deve, por conseguinte, levar em conta os dados da situação de comunicação.

O contrato de comunicação resulta de duas características próprias da situação de troca: os dados “externos” e “internos”.

Os dados “externos”, constituídos pelas regularidades comportamentais dos indivíduos que aí efetuam trocas e pelas constantes que caracterizam essas trocas e que permanecem estáveis por um determinado período, podem ser agrupados em quatro categorias: *identidade*, *finalidade*, *propósito* e *dispositivo*.

A *identidade* diz respeito aos atos de linguagem dos sujeitos inscritos na troca, definindo-se através das respostas às seguintes perguntas: “quem troca com quem?” ou “quem fala a quem?” ou “quem se dirige a quem?”. A idéia aqui é destacar os traços de identidade que interferem no ato de comunicação. “O fato, para um locutor, de ser jornalista, será assimilado como traço pertinente de uma situação de comunicação como a da entrevista radiofônica, mas não o será numa situação de pedido de informações no guichê de um banco”. (CHARAUDEAU, 2006, p.69).

A *finalidade* é a condição que requer que todo ato de linguagem seja ordenado em função de um objetivo. O que define a *finalidade* é a expectativa de sentido em que a troca está baseada. Esta expectativa, levando-se em conta que na comunicação linguageira o objetivo de cada um é fazer com que o outro seja incorporado à sua própria intencionalidade, deve responder, fundamentalmente, à seguinte pergunta: “Estamos aqui para dizer o quê?”.

O *propósito* é a condição que requer que toda comunicação se construa em torno de um domínio de saber. Para se definir o *propósito* é essencial a formulação da pergunta “do que se trata?”. “Corresponde ao universo de discurso dominante ao qual a troca deve reportar-se, uma espécie de macro tema (...), o qual deve ser admitido antecipadamente pelos parceiros envolvidos (...)”. (CHARAUDEAU, 2006, p.70).

E o *dispositivo* requer que a comunicação se constitua de uma maneira particular, segundo as circunstâncias materiais em que se desenvolve. Define-se através das respostas a três perguntas: “Em que ambiente se inscreve o ato de comunicação?”, “Que lugares físicos são ocupados pelos parceiros?”, e “Que canal de transmissão é utilizado?”. O dispositivo, segundo CHARAUDEAU (2006, p.70), “constitui o quadro topológico da troca, que é mais ou menos manifesto, mais ou menos organizado”.

Os dados “internos”, essencialmente discursivos, são os que orientam a forma de dizer. Os comportamentos dos parceiros das trocas, após determinados os dados





“externos”, serão conhecidos a partir de suas maneiras de falar, dos papéis linguageiros que devem assumir e das formas verbais que devem empregar, em função das instruções contidas nas restrições situacionais. Estes dados constituem as “restrições discursivas de todo ato de comunicação, são o conjunto dos comportamentos linguageiros esperados quando os dados externos da comunicação são percebidos, depreendidos, reconhecidos”. (CHARAUDEAU, 2006, p.70). Esses comportamentos linguageiros dividem-se em três espaços: *locução*, *relação* e *tematização*.

No espaço de *locução* o sujeito falante deve resolver o problema da tomada da palavra, justificar por que tomou a palavra, impor-se como sujeito falante, além de identificar o destinatário. De algum modo esse sujeito falante deve conquistar seu direito de poder comunicar. No espaço de *relação*, o sujeito falante, ao construir “sua própria identidade de locutor e a de seu interlocutor (ou destinatário), estabelece relações de força ou de aliança, de exclusão ou de inclusão, de agressão ou de convivência com o interlocutor”. (CHARAUDEAU, 2006, p.71). Já no espaço da *tematização* é que se trata ou organiza os domínios do saber, os temas da troca, “sejam eles predeterminados por instruções contidas nas restrições comunicacionais ou introduzidos pelos participantes das trocas”. (CHARAUDEAU, 2006 p.71).

### 3.1 Portadores do discurso

A impossibilidade física de estar em vários lugares ao mesmo tempo faz com que o sujeito falante tenha a necessidade de usar os instrumentos da comunicação midiática para fazer com que o seu discurso atinja muitas pessoas ao mesmo tempo e, dessa forma, cumprir o contrato comunicacional de forma satisfatória. O rádio, a televisão e a imprensa escrita são, nesse caso, segundo as características que lhes são peculiares, os grandes suportes para fazer cumprir esse contrato.

A ausência de encarnação, imagens ou representação figurada faz do rádio uma espécie de magia particular. Voz, sons e ruídos inscrevem o rádio numa tradição oral, cuja mensagem chega aos destinatários pelo órgão da audição. “A oralidade, além disso, é um tipo de troca linguageira particular: trata-se da interação verbal, que é mais ou menos regulada de acordo com as situações (...)”. (CHARAUDEAU, 2006, p. 107). Importante salientar que essa troca linguageira revela o tipo de relação que os locutores instauram entre si, de paixão (calor humano) ou razão (distância), de polêmica ou



convivência; do tipo de relação que mantêm com o mundo que os cerca, e mesmo da possibilidade de contato entre emissores e receptores.

Pelas suas características peculiares, pode-se dizer que o rádio se constitui na mídia da transmissão direta e do tempo presente.

A televisão, por sua vez, é a mídia do visível, podendo proporcionar dois tipos de olhar. “Um olhar de *transparência*, mas de ilusão de transparência, quando pretende desvelar, descobrir o oculto, mostrar o outro lado do espelho; o outro de *opacidade*, quando impõem sua própria semiologização do mundo (...)”. (CHARAUDEAU, 2006, p. 112). Por esse motivo, a televisão é o meio mais apropriado para apresentar as cenas nas quais se desenrolam os dramas do mundo, através, principalmente, dos telejornais e das reportagens. Só não tem muita serventia para a análise e a explicação, dado que é consumida como um bloco semântico compacto. “(...) A televisão se inscreve numa seqüência temporal breve, que se impõem à instância que olha, orientado-a em seu olhar sobre os dramas do mundo”. (CHARAUDEAU, 2006, P.112).

Desta forma, é correto afirmar que este veículo cumpre um papel social e psíquico de reconhecimento de si através de um mundo que se fez visível.

Na imprensa escrita há uma relação de distância física entre as instâncias de troca. É preciso que o suporte material da informação chegue às mãos do destinatário, diferentemente do rádio e da televisão, onde cada destinatário (ou grupos de destinatários) tem o suporte dentro das próprias casas. A atividade de conceituação, entretanto, é muito mais analítica do que na oralidade ou na iconicidade, fazendo com que o leitor ponha em funcionamento um tipo de compreensão mais discriminatória e organizadora, baseada numa lógica hierarquizada. São desencadeadas operações de conexão entre as diferentes partes de uma narrativa, de subordinação e de encaixe de argumentos e de reconstrução de diferentes tipos de raciocínio.

“A escrita desempenha o papel de prova para a instauração da verdade, o que não é possível para a oralidade, não recuperável e aparentemente mais efêmera”. (CHARAUDEAU, 2006, p.113).

Em síntese, e de um modo geral, após essa breve exposição sobre as peculiaridades de cada veículo, é possível dizer-se que a comunicação midiática realiza-se através de um duplo processo: transformação e transação. O acontecimento bruto está no mundo a descrever. Ao virar notícia, o acontecimento passa de estado bruto ao estado de mundo midiático construído. A instância midiática constrói a notícia como ela imagina a instância receptora, a qual reinterpreta a sua maneira. A consequência desse



duplo processo é um contrato que determina as condições de encenação da informação, orientando as operações que devem ser efetuadas em cada um desses processos.

“É o contrato de comunicação midiático que gera um *espaço público* de informação e é em seu próprio quadro que constrói a *opinião pública*”. (CHARAUDEAU, 2006, p.115).

#### 4. Considerações finais

Ao estabelecer o neologismo “florestania” e usar os veículos de comunicação de massa ao seu dispor (já existentes ou criados a partir da percepção da necessidade de uma nova política de comunicação) para propagar os conceitos da nova ideologia, o Governo do Acre o fez percorrendo todos (ou quase) os passos relativos aos conceitos embutidos no contrato de comunicação, criando intersubjetividades mantenedoras de antigas crenças (os símbolos cívicos e os heróis regionais, por exemplo) e destruindo outras (a prática da depredação dos recursos naturais, igualmente a título de exemplo). Dessa forma, pode-se dizer que criou, inicialmente, uma empatia entre o seu discurso e a sua audiência, ansiosa por mudanças substanciais na qualidade da própria vida.

As condições específicas para a troca na qual surgiu o discurso da “florestania” foram estabelecidas desde o período da campanha eleitoral que deu o primeiro mandato ao Governo do PT, com o anúncio de um novo paradigma de desenvolvimento, calcado no anseio planetário da não depredação do meio ambiente e do postulado de que os recursos naturais, se usados com racionalidade e sabedoria, poderiam durar infinitamente. Estabeleceu-se uma espécie de convencimento no sentido de que abster-se das ações em prol da ecologia seria andar na contramão da história, com as conseqüências mais danosas possíveis. O quadro de referência mútuo, sem o qual seria impossível aos indivíduos construir um sentido, ficou pronto a partir daí.

Recheado de valores simbólicos, o discurso governamental da florestania praticamente não encontrou restrições na população acreana. Ao contrário, as camadas sociais mais humildes, como seringueiros, colonos, indígenas e moradores interioranos ganharam uma visibilidade jamais existente. Ao tempo em que passaram a saber dos acontecimentos diretamente das centrais de emissão instaladas na capital do Estado, passaram também a ter voz nos programas de rádio e, em muitos casos, até a mostrar o rosto nos programas de televisão. Práticas sociais invisíveis de toda uma comunidade



passaram a ser vistas por todos em qualquer ponto do Estado, estabelecendo-se uma espécie de jogo revelador, via discurso de representação coletiva.

As peculiaridades dos meios de comunicação eletrônicos (o rádio e a televisão, elementos cruciais no estabelecimento do contrato público de comunicação), no que diz respeito à sua mobilidade e à diluição que eles impõem da linha divisória entre o espaço interno e externo das residências, ajudaram sobremaneira na disseminação do novo discurso.

O aparato receptor vincula, como móvel, o interno e o externo de um modo incomparável. (...) Os meios eletrônicos não só diluem a linha divisória entre o dentro e o fora, mas, ao mesmo tempo, estabilizam as representações sobre acima e abaixo, o claro e o escuro e a construção mesma do sistema. (...) Os comunicados transmitidos permitem ao receptor realizar conexões simbólicas com aquilo que está em seu entorno primário (...). (PROOS, 1980, p. 125 a 129).

Dispondo de uma rede de rádio e televisão para mandar sons e imagens, em tempo real, para todos os quadrantes do Estado, o que não é possível para as emissoras comerciais, dados os custos de aluguel de satélite, o Governo do PT garantiu a condição de fazer chegar com muito mais força a “sua verdade” e, assim, produzir os efeitos simbólicos que melhor lhe aprouverem, realçando o que lhe interessa e apagando o que não lhe convém. E nem foi preciso, como em outras situações ocorridas na história da humanidade, dotar de receptores o público-alvo da mensagem, uma vez que, na contemporaneidade, todos (ou quase) têm em casa um ou mais desses receptores.

Os jornais que circulam no território acreano, por sua vez, a partir de determinado momento portadores da mesma mensagem, também foram (são) de extrema importância para a popularização do discurso do poder, levando-se em conta a sua possibilidade analítica, bem como ao seu poder de permanência (a oralidade do rádio e a iconicidade da televisão se diluem em seguida à emissão) nas mãos do leitor/cidadão.

Por último, vale a pena enfatizar a questão do “discurso circulante”, uma das características do contrato de comunicação, que se encontra bastante presente na construção dos conceitos contidos na “florestania”. Primeiro, pela função de *instituição do poder*, assegurada por discursos que produzem uma “palavra de transcendência” (“florestania”). Segundo, pela função de *regulação do cotidiano social*, assegurada por discursos que determinam o que são e o que devem ser os comportamentos do corpo



social (a preservação do meio ambiente). E terceiro, pela função da *dramatização*, assegurada por discursos que dão conta de mitos representativos (os heróis acreanos, tanto da luta pela posse da terra quanto da causa ambientalista).

## 5. Referências bibliográficas

ALVES, Antônio. **Artigos em Geral – Arqueologia do Recente (Livro Três)**. Rio Branco: Valcir, 2004.

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das Mídias**. São Paulo: Contexto, 2006.

COVRE, Maria de Lourdes Manzini. **O Que é Cidadania**. São Paulo: Brasiliense, 2006.

HERNANDES, Nilton. **A Mídia e Seus Truques**. São Paulo: Contexto, 2006.

LIMA, Mário José de. **Capitalismo e Extrativismo – A Formação da Região Acreana**. Tese de Doutorado. Campinas, 1994.

PINHEIRO, Francisco de Moura. **A Invenção da Florestania**. Artigo apresentado no XIV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste. Rio de Janeiro : Intercom, 2009.

\_\_\_\_\_ **Entrevista com Aníbal Diniz**, Secretário de Comunicação do Estado do Acre, nas duas gestões do Governador Jorge Viana (1999 – 2006). Rio Branco, 2005.

PROSS, Harry. **Estructura Simbólica del Poder**. Barcelona: Gustavo Gilli, 1980.

RIBEIRO, Ana Paula Nascimento; CARVALHO, Charlene Gomes; BRAUN, Lucimar. **No Início Era a Floresta...** Monografia. Rio Branco: União Educacional do Norte (Uninorte), 2006.

SAHLINS, Marshall. **Cultura e Razão Prática**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1979.