



Intercom: Revista Brasileira de Ciências da Comunicação

ISSN: 1809-5844

ISSN: 1980-3508

Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (INTERCOM)

Lengert, Mathias; Moraes, Cláudia Herte de
A nova economia do campo no discurso sobre a sustentabilidade na revista Globo Rural
Intercom: Revista Brasileira de Ciências da Comunicação, vol. 46, e2023103, 2023
Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (INTERCOM)

DOI: <https://doi.org/10.1590/1809-58442023103pt>

Disponível em: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=69876423003>

- Como citar este artigo
- Número completo
- Mais informações do artigo
- Site da revista em [redalyc.org](https://www.redalyc.org)



Sistema de Informação Científica Redalyc
Rede de Revistas Científicas da América Latina e do Caribe, Espanha e Portugal
Sem fins lucrativos acadêmica projeto, desenvolvido no âmbito da iniciativa
acesso aberto

Artigos

A nova economia do campo no discurso sobre a sustentabilidade na revista Globo Rural

The new rural economy in the discourse about sustainability in the Globo Rural magazine

La nueva economía del campo en el discurso de la sostenibilidad en la revista Globo Rural

DOI: <https://doi.org/10.1590/1809-58442023103pt>

Mathias Lengertⁱ

🔗 <https://orcid.org/0000-0002-7472-8788>

Cláudia Herte de Moraesⁱⁱ

🔗 <https://orcid.org/0000-0003-3233-311X>

ⁱ(Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Grupo de Pesquisa em Jornalismo Ambiental. Porto Alegre – RS, Brasil).

ⁱⁱ(Universidade Federal de Santa Maria, Campus Frederico Westphalen, Departamento de Ciências da Comunicação. Frederico Westphalen – RS, Brasil).

Resumo

Neste estudo, observamos a articulação e construção discursiva sobre o tema da agricultura de base ecológica nas reportagens de capa da revista Globo Rural. Temos como objetivo geral identificar como a revista Globo Rural constrói o discurso sobre agriculturas de base ecológica ao atuar no tensionamento entre os discursos que aí circulam. A partir dos trajetos de sentidos aliados ao enquadramento discursivo, refletimos sobre os aspectos socioculturais no dizer da revista. A partir deles, notamos a dominação da racionalidade econômica, que busca esvaziar ideologicamente o discurso do ambientalismo. Assim, observamos a operacionalização da “nova economia do campo” enquanto enquadramento discursivo

de Globo Rural, fundamentado nas lógicas de mercado da ruralidade hegemônica e na apropriação do ideário ecológico de algumas ruralidades contra-hegemônicas.

Palavras-chave: Jornalismo. Enquadramento discursivo. Revistas especializadas. Agricultura sustentável. Globo Rural.

Abstract

In this study, we observed the articulation and discursive construction on the theme of ecological-based agriculture in the cover stories of Globo Rural magazine. Our goal is to identify how Globo Rural constructs the discourse on ecological-based agriculture by acting in the tension between the discourses that circulate there. From the paths of meanings combined with the discursive framework, we reflect on the socio-cultural aspects in the magazine's discourse. From them, we note the domination of economic rationality, which seeks to empty the discourse of environmentalism in the magazine politically and ideologically. Thus, we observe the operationalization of the "new rural economy" as a discursive framing of the Globo Rural, based on the market logic of hegemonic rurality and the appropriation of the ecological ideas of some counter-hegemonic ruralities.

Keywords: Journalism. Discursive framework. Specialized magazines. Sustainable agriculture. Globo Rural.

Resumen

En este estudio, observamos la articulación y la construcción discursiva sobre el tema de la agricultura de base ecológica en las historias de portada de la revista Globo Rural. Nuestro objetivo general es identificar cómo esa revista construye el discurso sobre la agricultura ecológica al actuar bajo la tensión entre los discursos que circulan en ese medio de comunicación. A partir del trayecto de sentido vinculado al marco discursivo, reflexionamos sobre los aspectos socioculturales presentes en esa revista. Con base en ellos, notamos el dominio de la racionalidad económica, que busca despejar ideológicamente el discurso del ambientalismo. Por lo tanto, observamos la operación de la "nueva economía del campo" como un marco discursivo de Globo Rural, basado en la lógica de mercado de la ruralidad hegemónica y en la apropiación de la ideología ecológica de algunas ruralidades contrahegemónicas.

Palabras clave: Periodismo. Marco discursivo. Revistas especializadas. Agricultura sostenible. Globo Rural.

Considerações iniciais

A emergência do discurso ecológico ressignifica as disputas de sentidos em diversos campos, incluindo o jornalismo e as ruralidades. Essa transformação evidencia confrontos de saberes recortados e enquadrados pelo jornalismo, enquanto prática discursiva, a fim de responder ao questionamento *o que está acontecendo aqui?* (MORAES, 2015).

O jornalismo interioriza na materialidade discursiva as disputas e as tensões sociais, servindo do seu capital de credibilidade (BERGER, 2003) para se afirmar detentor de uma

atuação transparente e verossímil (BENETTI, 2007). O discurso jornalístico sobre a agricultura e as ruralidades habitualmente circula por mídias que legitimam seu *poder dizer* por possuírem um conhecimento relativo ao assunto. Diante disso, este estudo tem como foco o jornalismo especializado no rural, examinando as lógicas de um produto com características próprias: a revista. Embora restrito a um nicho, o jornalismo especializado permite investigar os efeitos de sentido que circulam na revista em relação aos leitores, compreendendo-os como sujeitos inseridos em lugares sociais mais ou menos semelhantes.

Considerando as práticas discursivas do jornalismo e a ressignificação de ruralidades por meio da cultura ecológica, entendemos a relevância do *saber dizer* do jornalismo em noticiar a agricultura de base ecológica a um sujeito-leitor interessado e/ou inserido nas ruralidades. Isso possibilita a mobilização do leitor, a familiarização com noções do ambientalismo ou a mudança de postura frente a crise ambiental.

Entre as revistas especializadas no rural, Globo Rural se destaca por seus 33 anos de circulação nas bancas e 65 mil leitores (EDITORA GLOBO, 2015). Delimitamos a base empírica em matérias de capa de edições veiculadas entre 2016 e 2018 que abordam a *sustentabilidade na produção de alimentos*.

Nosso percurso analítico se baseia no dispositivo teórico-metodológico da Análise do Discurso (AD) de linha francesa, em conjunto com a noção de enquadramento discursivo como dispositivo de reflexão e análise, face às teorias do jornalismo.

O discurso jornalístico de Globo Rural produz sentidos em sua relação com outros discursos. Na conexão entre discursos de ruralidades e sustentabilidade, o jornalismo auxilia na construção social da realidade do leitor ao passo que se legitima enquanto instituição guiada pelo valor da atualidade. Isso inclui uma atenção especial nos desdobramentos da discussão pública acerca do consumo sustentável e alimentação orgânica. Essas questões norteiam o questionamento: *De que modo as reportagens de capa sobre agriculturas de base ecológica da revista Globo Rural articulam enquadramento(s) discursivo(s)?*

Ruralidades, sustentabilidade e jornalismo

O rural brasileiro é historicamente um lugar de embates, disputas e tensões – traços de um país que se forjou a partir de uma modernização periférica incompleta que torna híbridas as culturas rurais (CANCLINI, 2013).

A noção teórica de ruralidade¹ circunscreve o conjunto diversificado de modos de organização e relações sociais no campo. Em um esforço de categorização, Moreira (2005) distingue uma ruralidade hegemônica, bem como, diversas outras contra-hegemônicas. A primeira visiona o desenvolvimento rural econômico ilimitado, estando associado ao agronegócio

1 O uso da palavra “ruralidade”, na sua forma singular, indica o conjunto das diferentes ruralidades. É impossível pensar em apenas uma ruralidade atuante nas áreas rurais, dada a existência de diversos modos de organização social nesses locais.

e com o modelo convencional de produção², isto é, o ruralismo (CUBAS, 2012). Por outro lado, as contra-hegemonias do campo se guiam, muitas vezes, por perspectivas ecológicas, estando centralizadas nas diversas agriculturas alternativas ao modelo convencional.

Os confrontos entre ruralidades são marcados pelas incertezas da conjuntura contemporânea (ALENCAR; MOREIRA, 2005), visíveis, por exemplo, na incorporação da racionalidade ambiental (LEFF, 2009) em ruralidades contra-hegemônicas e na valorização de alimentos sustentáveis entre consumidores.

Essas condições engendram um conflito acerca da sustentabilidade e do próprio ideário ecológico do movimento ambientalista que se estrutura sobre novas “estratégias organizativas e políticas frente às formas tradicionais de sustentação e luta pelo poder” (LEFF, 2009, p. 324) e que promove um olhar sistêmico e biocêntrico sobre o mundo (CAPRA, 2006). O próprio discurso da sustentabilidade pode ser tomado como um processo de confrontos entre hegemonia e contra-hegemonias (ALENCAR; MOREIRA, 2005), o que torna esse termo, popularizado Relatório Brundtland³, uma nebulosa ambientalista (LEFF, 2009). Redclift (2002) argumenta que a terminologia é abafada pelo falso consenso ideológico sobre a complexidade socioambiental, permitindo a dominação dos preceitos econômicos. O autor ainda observa que conflitos de agendas do passado são repaginados sob a égide da sustentabilidade. Em 2012, com as discussões da Rio+20, a Economia Verde é consolidada no cenário político e mercadológico, incorporando e transmutando a noção de desenvolvimento sustentável, como também, conservando o descomprometimento com uma real sustentabilidade, partindo da premissa da financeirização dos bens naturais (MORENO, 2013).

Nas ruralidades, a incorporação desses princípios fortalece as agriculturas de base ecológica (CAPORAL; COSTABEBER, 2015), que congregam modos de produção que se sustentam em valores sociais, éticos e culturais, contribuindo com a sustentabilidade do ecossistema.

O discurso jornalístico é definido pelas lógicas do produto no qual está inserido. No caso deste estudo, as lógicas da revista. Cada publicação possui um projeto editorial responsável por estabelecer seu lugar discursivo, que está atrelado ao lugar social do veículo (SCHWAAB, 2013). Por ocupar um lugar discursivo, o jornalismo de revista é caracterizado por construir de modo lento, fragmentado, iterado e emotivo os sentidos que constituem esse discurso (BENETTI, 2013).

As revistas estão voltadas, na acepção de Tavares (2007), para interpretações de acontecimentos que preocupam o leitor e, assim, compartilham valores com esses sujeitos.

2 Moreira (2005) indica as ruralidades como espaços de sociabilização. Ao discutir o rural, devemos pensá-lo na perspectiva de um lugar em que indivíduos são determinados por sua identidade, em detrimento de sua prática profissional. Assim, a ruralidade agrega diversos traços, dos quais se destaca a prática agrícola. Neste artigo, no entanto, o foco está no rural como espaço de desenvolvimento e fomento à agricultura.

3 Apresentado em 1987 pela Organização das Nações Unidas, o relatório condensou a noção de desenvolvimento sustentável que se define como “aquele que atende às necessidades do presente sem comprometer a possibilidade de as gerações futuras atenderem a suas próprias necessidades” (COMISSÃO MUNDIAL SOBRE MEIO AMBIENTE E DESENVOLVIMENTO, 1991, p. 46).

Dentre esses acontecimentos, a crise ambiental se torna preocupação recorrente em pautas dos meios de comunicação e, conseqüentemente, o jornalismo se torna campo de mediação das disputas discursivas acerca da racionalidade vigente, visto que a sustentabilidade é um conceito em disputa (MORAES; FANTE, 2018). Discutiremos a seguir, a perspectiva teórico-metodológica deste trabalho.

Discurso e jornalismo: agenciamentos teóricos

A AD, disciplina de entremeio à linguística, psicanálise e materialismo histórico, baseada nas contribuições de Michel Pêcheux, toma como objeto de estudo os processos de produção do discurso que se apropriam da língua em um trabalho simbólico, produzindo sentidos sobre o que é dito (PÊCHEUX, 1995). A língua é considerada a base material e condição de existência dos processos discursivos que, por sua vez, se fundamentam no sistema linguístico (PÊCHEUX, 2008).

Na materialidade do discurso, insere-se o caráter político ao processo ideológico e sua natureza psicanalítica, na base da interpelação do sujeito, como destaca Maltby (2003). O discurso é o aspecto material da ideologia e, a partir das formações ideológicas (FI), os sentidos tomam sustentação, de modo que uma proposição pode significar de diversos modos, regidos por formações ideológicas diversas (PÊCHEUX, 1995).

A formação discursiva (FD) está circunscrita em uma FI dada, designando “o que pode e deve ser dito” (PÊCHEUX, 1995, p. 160, grifo do autor). Em cada FD, falhas permitem a circulação de novos saberes, promovendo uma constante reconfiguração da formação (INDURSKY, 2007), tornando instável seu fechamento (MAINGUENEAU, 1997) e destacando a contradição que a faz heterogênea (ORLANDI, 2007). Toda FD está em fronteira com outras FDs, deslocando-se de acordo com as disputas ideológicas que ocorrem entre elas.

Para Pêcheux (1995), todas as formações discursivas estão inscritas em um todo complexo e dominante que compreende essa noção. Esse conjunto de ditos anteriormente formulados e já esquecidos é o interdiscurso. O já-dito retorna como possibilidade de dizer a partir dos processos metafóricos (substituição de um dizer, paráfrase, sinonímia etc.). É a partir desse processo que o sentido nunca é literal, mas passível de deslizos e rupturas (ORLANDI, 2007).

Esmiuçando o dispositivo teórico-metodológico que constitui a AD, caracterizamos o jornalismo como prática discursiva, isto é, segundo Charaudeau e Maingueneau (2008), um grupo que gera textos inseridos em determinadas FDs, construindo o discurso a partir de um modo de ação. Essa ação sobre o mundo é dada pela mediação de campos discursivos e a produção de um discurso determinado pelas FDs assimiladas. Para Berger (2003), o jornalismo se insere em entremeio de dizeres diversos, constituindo sua própria discursividade. E é nessa relação que o discurso jornalístico se estrutura enquanto constituinte de redes interdiscursivas (SCHWAAB; ZAMIN, 2014).

Esse prisma nos remete à perspectiva construcionista do jornalismo que assevera que as notícias⁴ auxiliam o leitor no seu processo de construção social da realidade⁵. O jornalismo se legitima socialmente por saber dizer, e mais que isso, o que importa saber naquele momento (BENETTI, 2007), ratificando-se como portador da atualidade. Ao operar um recorte da realidade, o jornalista transforma a notícia em uma imagem refratada da realidade (TRAQUINA, 2008). Sobre essa visão se constituem teorias jornalísticas importantes para compreender a noção de enquadramento discursivo: o agendamento (ou *agenda-setting*) e a noticiabilidade (ou valores-notícia). Esses conceitos ampliam as percepções da prática jornalística e fornecem referencial para analisar os esquemas cognitivos imbricados na teoria de enquadramento noticioso (MORAES, 2015).

O enquadramento noticioso ou jornalístico, segundo Leal *et al.* (2010) oferta quadros (em inglês, *frames*) que definem os aspectos mais inteligíveis e pertinentes da realidade, buscando certas interpretações de um fato. Para isso, os enquadramentos operam no âmbito da cognição para criar padrões de seleção, ênfase ou exclusão (TRAQUINA, 2008). Observando essa dinâmica, Moraes (2015, p. 95) defende a acepção de que “o enquadramento jornalístico oferta sentidos, organizando discursivamente o conhecimento sobre determinada temática”, e por ser uma prática discursiva, cabe nomeá-lo enquadramento discursivo.

O recorte que o jornalismo faz no ato de enunciar é incapaz de enquadrar o todo, sinalizando que sempre há exclusão e diminuição de outros sentidos que aí circulam (MORAES, 2015). Pêcheux (1995) reflete que o ato de apagamento é indissociável ao discurso, por construir sentidos de determinadas maneiras sobre um acontecimento, o que, para Orlandi (2007), trata-se de um silenciamento constitutivo. A seguir, apresentamos o percurso analítico realizado, bem como a discussão dos resultados da pesquisa.

O discurso de Globo Rural

Estabelecida como referencial teórico-metodológico, a AD funciona ainda como um dispositivo de interpretação. Para Orlandi (2007), o analista deve atravessar a superfície do texto, na qual a linguagem se apresenta como transparente e os sentidos como simplesmente aí dados. Enfatizando as estratégias discursivas usadas pelo jornalismo especializado rural na interação e nas tensões de discursos ruralista e ambientalista, tomamos a revista Globo Rural como objeto de análise. Ela é veiculada mensalmente pela Editora Globo, desde outubro de 1985. O veículo possui foco nos assuntos agropecuários do país e na diversidade do rural.

Do ponto de vista da missão institucional, a revista se apresenta como referência do gestor do agronegócio. Tomamos como hipótese que a revista Globo Rural, para além de

4 A acepção “notícia” usada aqui se refere a todo recorte noticioso de um acontecimento específico e não ao gênero jornalístico.

5 A noção de construção social da realidade, desenvolvida por Berger e Luckmann, servirá de base da visão construcionista do jornalismo. Meditsch (2010, p. 23) observa que os autores consideram o jornalismo como “um dos elementos que ajudam a reconhecer o que é a realidade”.

simplesmente mediar um tensionamento entre discursos ruralista e ambientalista, tende a incorporar preferencialmente o viés ruralista, uma vez que observamos essas características e consideramos as seguintes variáveis: (i) tem como público proprietários de terra – 80%, sendo 74% grandes e médios proprietários que pertencem, por sua vez, às classes alta (53%) e média (43%) – (EDITORA GLOBO, 2015); (ii) a revista tem como missão se colocar como referência para o profissional do agronegócio, que, para Cubas (2012), compõe a nova faceta do ruralismo; e (iii) o jornalismo de revista sempre apresenta uma tendência ideológica (VILAS BOAS, 1996).

Nosso recorte é de três anos de Globo Rural: 2016, 2017 e 2018. Buscando uma exaustividade vertical (ORLANDI, 2007) do material coletado, delimitamos nossa base empírica em reportagens de capa nas quais os sentidos abarcam centralmente as agriculturas sustentáveis ou de base ecológica. Caporal (2015, p. 283) as define como

estilos de agricultura capazes de preservar a base de recursos naturais necessária para que as atuais e as futuras gerações possam se reproduzir social e economicamente e, ao mesmo tempo, produzir alimentos saudáveis e de melhor qualidade biológica.

Selecionamos quatro textos cujos sentidos destacam a agricultura de base ecológica⁶ como assunto principal e realizamos um primeiro movimento de análise: fragmentamos sequências discursivas (SDs) da superfície linguística do *corpus*, buscando recortar o fio do discurso (ORLANDI, 2007). Segmentamos os textos em 102 SDs cada qual com uma marca discursiva⁷ que caracteriza sua relação parafrástica. Posteriormente, atentamos às regularidades discursivas das SDs, articuladas na repetição de paráfrases e sua confluência em famílias parafrásticas (FPs), ou seja, redes que comportam a matriz de sentidos presentes nas sequências (MALDIDIER, 2003). Nessa ação analítica, sete FPs são sublinhadas, agrupando as SDs. Essas famílias parafrásticas remetem a duas formações discursivas que delineiam como Globo Rural aborda a sustentabilidade nas ruralidades: FD1 – Ambientalismo de Mercado e FD2 – Ecologia Rasa (Quadro 1).

6 Lembramos, no entanto, que aquilo que a revista Globo Rural apresenta em seu discurso como agricultura de base ecológica não necessariamente o é.

7 Estas “marcas discursivas” podem ser verificadas por uma indicação em itálico em cada sequência discursiva. Além disso, outro recurso utilizado é o uso de colchetes para indicar palavras e expressões mencionadas anteriormente no texto e que são necessárias para entender a sequência.

Quadro 1 – Estruturação resumida da análise

Formação Discursiva	Família Parafrástica	Número SDs
FD1 – Ambientalismo de Mercado	FP1 – Produzir de forma sustentável pois traz mais lucro	23
	FP2 – Produzir de forma sustentável pois é tendência de mercado	16
	FP3 – A agricultura de base ecológica é mais produtiva	13
	FP4 – Desafios à produção de base ecológica	12
	SUBTOTAL:	64 (62,8%)
FD2 – Ecologia Rasa	FP5 – Produzir de forma sustentável por consciência socioambiental	14
	FP6 – Visionários ambientais	13
	FP7 – Produzir de forma sustentável como alternativa ao modelo convencional	11
	SUBTOTAL:	38 (37,2%)

Fonte: elaborado pelos autores.

Na etapa final da análise, a partir da noção de enquadramento discursivo, analisamos os sentidos estabelecidos nas FDs com as marcas de seleção, angulação e ênfase determinados pelo lugar social que o jornalista é autorizado ao dizer (MORAES, 2015).

FD1 – Ambientalismo de Mercado

A FD1 – Ambientalismo de Mercado é composta por reiteraões de sentidos que indicam uma postura utilitarista do mercado em relação ao movimento ambientalista. É evidenciada a capitalização da natureza, resultado da apropriação do natural e sua recodificação dentro da racionalidade econômica (LEFF, 2006). O caráter ecossocial intrínseco ao que de fato se compreende aqui por ambientalismo (LEFF, 2012) é renegado e apagado. A ética com a posterioridade é reduzida à ética pela certificação que “comprove” o caráter sustentável da produção.

Essa FD veste o rótulo de sustentabilidade, mas se guia por indicaões comerciais. O ecologicamente correto emerge no dizer de Globo Rural como a efervescência de um “novo” mercado, mas que não se contrapõe ao modelo “antigo”, ou seja, o convencional. Com propósito demonstrativo, selecionamos algumas SDs com marcas discursivas características dessa formação discursiva.

FP4SD11: *A trajetória [da consolidação da produção orgânica] exigiu paciência e perseverança.*

FP1SD23: *“Os pedidos para os orgânicos estouram todas as nossas metas. Em 2015, vendemos 30% acima das expectativas”, diz Evandro Possamai, diretor financeiro.*

FP3SD40: Sim, Götsch *produz o cacau que faz o melhor chocolate do mundo sem custo*. Na lavoura não entram insumos. O equilíbrio ecológico, o manejo integrado de pragas e a diversidade de variedade de frutos são o controle fitossanitário.

As SDs 11, 23 e 40 apresentam distintos olhares circunscritos no Ambientalismo de Mercado. No discurso de Globo Rural, os sentidos são marcados por um otimismo pelos resultados financeiros que revelam a demanda crescente desses produtos para além do esperado, demarcando a agricultura orgânica como mercado potencial (SD23). Já a SD40 é imbuída de um tom de discurso de prodígio espetacular. A agricultura de base ecológica é colocada como modelo de transformação no modo de produção. Mudanças estas que são mercadológicas, afinal não exigem custos e resultam em maior produtividade. Os sentidos da FD1 se calçam no discurso do crescimento econômico ilimitado (LEFF, 2009). A vantagem do alimento sustentável está justamente no lucro a ser recebido, justificando o sucesso da agricultura de base ecológica. A FD1 fomenta a memória discursiva de desafios mercadológicos presentes sob uma visão de passado nostálgico (SD11). Os sentidos conexos a essa filiação recorrem às lembranças sobre os desafios enfrentados ao implantar o modelo sustentável de produção, elogiando as virtudes dos pioneiros do modelo. Entretanto, em contraposição, Globo Rural apaga a memória discursiva do surgimento da agricultura de base ecológica enquanto resistência à ruralidade hegemônica.

FD2 – Ecologia Rasa

A FD2 – Ecologia Rasa abarca reiteraões de sentidos que promovem mais responsabilidade ambiental no cotidiano das pessoas e nos processos produtivos e de consumo. Essa formação discursiva apresenta rupturas com a idealização econômica e de lucro, tão fomentada pela FD1. Seus sentidos exigem um cuidado maior com a terra e a Terra, apresentando exemplos de indivíduos que têm tomado essa iniciativa. Então, por que *Ecologia Rasa*?

Essa noção, proposta por Capra (2006), contrasta com o termo Ecologia Profunda, corrente que defende um olhar sistêmico sobre o todo. Dessa maneira, compreendemos a Ecologia Rasa como um discurso que defende a necessidade de maior consciência com o meio ambiente. Contudo, seu olhar é despolitizado e restrito a uma visão que coloca as ações individuais como salvacionistas, desconsiderando a relação intrínseca entre o ser humano e a natureza.

Alguns deslizos dentro dessa formação discursiva indicam, entretanto, marcas de uma visão sistêmica, típica da Ecologia Profunda. Isso evidencia sua heterogeneidade, que possui atravessamentos da FD1 e indícios de outros discursos. Recortamos do *corpus* as seguintes SDs que julgamos representativas da formação discursiva:

FP5SD3: Para ele, *a escolha pelos orgânicos vai além da necessidade*.

“Quando um produto orgânico é simplesmente colocado do lado de um produto convencional não há dúvidas de que em termos de preços estaremos

em desvantagem. Mas já está provado que, *nos maiores mercados mundiais, os orgânicos são uma escolha consciente por parte dos consumidores esclarecidos*”, afirma Liu.

FP6SD43: “*O que ele [Götsch] falava era revolucionário* e iniciamos a recuperação do sítio Semente (da família do Juã, com 3 hectares) com seus ensinamentos”, lembra. [Rômulo Araújo, agrônomo].

FP7SD82: *As brigas entre produtores rurais e ambientalistas começam a ceder espaço a parcerias* com resultados econômicos mais positivos do que os gerados pela agricultura predatória e a pecuária extensiva, ambas intensivas em carbono.

A agricultura de base ecológica é apresentada como o advento de uma “nova” maneira de produzir e consumir. Essa última, evidenciada pela SD3, celebra a popularização da agricultura de base ecológica através da adesão à consciência ambiental entre os consumidores. Segundo Leff (2012), isso decorre do processo de interpelação ideológica e política do movimento ambientalista. A ênfase da produção ecológica como tendência é verificada pelo esclarecimento dos consumidores nos maiores mercados mundiais. Enquanto indivíduos se tornam mais críticos em relação aos alimentos que consomem, nas ruralidades surgem empreendedores rurais – visionários ambientais – que, por estarem envolvidos em um processo de ressignificação do rural, são apresentados como inovadores, ainda mal compreendidos pelos adeptos do modelo de produção convencional. O idealismo desses agricultores é caracterizado como “revolucionário” (SD43), representando efervescências no meio rural.

A partir dos sentidos da SD82, novas perspectivas de futuro são desenhadas com um ideário de paz entre grupos ideologicamente opostos: grandes produtores rurais e ambientalistas podem fazer parcerias e acabar com o desmatamento da Amazônia. A memória discursiva de conflitos históricos na região é esquecida e apagada. Essa construção é típica do jornalismo de revista que, segundo Vilas Boas (1996), busca trazer o brilhantismo e a leveza ao seu leitor, evitando a tensão e o conflito. Logo, as críticas à agricultura tradicional se tornam deslizos, rupturas. O que o discurso de Globo Rural almeja são as perspectivas de união, de paz e de finais felizes.

Ruralismo e ambientalismo se inserem em formações ideológicas opostas e conflitantes. Assim, quando Globo Rural intervém em uma construção que apaga os posicionamentos constituídos nessas FIs, ela constrói uma realidade singular, onde as marcas de ambas as ideologias se apagam na criação de uma terceira via, pacificadora. Fica um questionamento retórico que nos move nos próximos passos deste estudo: a quem é vantajosa a construção dessa via sem disputas?

O enquadramento discursivo no saber dizer da revista

No objeto em análise, a noticiabilidade explora a novidade na agricultura de base ecológica, bem como a demanda crescente por alimentos sustentáveis, enquanto o agendamento opera na sustentabilidade da agricultura. A angulação do enquadramento é dada pelo sucesso desse modelo de produção em larga escala. Para isso, ela atua com ênfase na atuação dos visionários ambientais, idealistas que propagam a consciência na agricultura. Como resultado, constitui-se como enquadramento discursivo do *corpus* uma nova economia do campo.

O quadro constituído pela revista indica aspectos proeminentes do olhar do discurso da ruralidade hegemônica – ligada ao agronegócio – sobre o ideário ecológico, redesenhando a agricultura de base sustentável como nova tendência. A “armação” que constitui esse enquadramento está integrada ao discurso social de aumento do consumo sustentável na alimentação e à expectativa de atores sociais que incorporam essa preocupação na prática agrícola. A sustentabilidade está em voga e se apresenta como uma novidade econômica positiva para o campo, um negócio lucrativo mobilizado por um espírito de paixão pelo “agro” no discurso de Globo Rural. Assim, contrasta com um histórico de resistência e contraposições de ruralidades contra-hegemônicas (como assentamentos de reforma agrária, por exemplo) que lutam há décadas pela preservação da variedade genética e por um equilíbrio da agricultura com o meio ambiente.

Ao enfatizar esse enquadramento dentre os demais, Globo Rural guia o sujeito-leitor a assimilar que ruralidades estão respeitando cada vez mais princípios sustentáveis. O enquadramento construído apresenta ao público uma agricultura emergindo no cenário rural, embora sem fazer compreender que é preciso incorporar a sustentabilidade ao modelo convencional de produção. Pelo contrário, essa agricultura de base ecológica atende princípios sustentáveis suficientemente para que sejam exigidas mudanças estruturais na agricultura convencional.

A nova economia do campo é uma ramificação da Economia Verde. Leff (2006) alerta que esse processo opera sobre uma apropriação do capital sobre o ambiente, os valores culturais, e as potencialidades do homem, convertendo-os em uma força de mercado. Nesse processo, os saberes e o ideário ecológico de pequenos agricultores são esvaziados para atender aos desejos de consumidores ávidos pela moda dos orgânicos, embora nem sempre esclarecidos das suas condições de produção.

O enquadramento ressalta a evolução natural da agricultura alternativa em direção ao agronegócio, uma adaptação aos moldes e demandas do mercado. Assim, o crescimento da agricultura ecologizada, isto é, que se diz sustentável embora guiada por perspectivas de ganhos econômicos a curto prazo (CAPORAL; COSTABEBER, 2015), causa uma surpresa otimista, mas não propõe uma mudança profunda em relação ao modelo hegemônico ruralista. Nessa progressão natural, essas agriculturas de base ecológica vão ganhando espaço no mercado de

alimentos, sem necessariamente serem ativistas ou possuírem princípios éticos, apenas cobrindo uma demanda crescente que faz com que essa economia valha a pena ser investida.

Considerações finais

Retomando a questão que motivou esta pesquisa: *de que modo as reportagens de capa sobre agriculturas de base ecológica da revista Globo Rural articulam enquadramento(s) discursivo(s)?* Podemos concluir que a nova economia do campo indica a possibilidade de produzir de forma ecológica por uma visão financeira. Essa agricultura deixa de ser taxada como ativista e alternativa, e, assim, ideologicamente se desloca ao discurso do agronegócio, integrando suas lógicas de mercado. Isso legitima o agendamento dessas agriculturas ditas sustentáveis, afinal, elas não se contrapõem ao agronegócio no discurso jornalístico da revista. Elas figuram com maior frequência na agenda jornalística, por um aumento de vendas desse mercado, embora pouco se fale quais grupos consumidores compõem essa demanda.

Quanto ao enquadramento discursivo, é possível notar a financeirização da natureza pela Economia Verde como quesito importante que guiou a proeminência dos acontecimentos, juntamente com a seleção disposta pela noticiabilidade e agendamento. A ideologia da Economia Verde busca pavimentar um novo caminho de transição para a sustentabilidade, que, no entanto, é uma nova forma de acumulação de capital que não coloca limites ao consumo de recursos naturais. Ao realizar esse enquadramento, a prática discursiva se constitui em um cenário em que a agricultura de base ecológica só tende a crescer. Dessa forma, o discurso da sustentabilidade, dotado de aspectos ambiental, social e econômica, organiza e domina, pela orientação financeira, a esfera socioambiental no enquadramento discursivo da nova economia do campo.

Observamos que, na relação entre as duas FDs evidenciadas na análise, FD1 – Ambientalismo de Mercado e FD2 – Ecologia Rasa, emergem sentidos inscritos em uma racionalidade econômica, base para viabilizar o enquadramento de Globo Rural. Produzir de forma sustentável está relacionado aos lucros, ao aumento de produtividade, mas também à consciência socioambiental e ao idealismo com a sustentabilidade. O discurso ecológico, desde que esvaziado ideologicamente, torna-se ferramenta essencial para legitimar a nova economia do campo. Esse enquadramento discursivo permite contornar críticas sobre produtos que se vestem de “verdes”, que são apresentados como possibilidades de negócio.

O valor da novidade está relacionado ao encantamento de Globo Rural com o sucesso econômico da agricultura ecológica, bem como com a percepção de que novos ideários ecológicos se filiam às lógicas da ideologia dominante. Nessa articulação, a sustentabilidade da produção e a preservação da natureza ganham destaque, conforme reiterado pelos sentidos da revista.

Observamos que o discurso de Globo Rural institui o debate sobre uma agricultura mais sustentável, entretanto, não aprofunda e nem se engaja na temática, minimizando a questão ambiental a perspectivas econômicas. A revista não se compromete com soluções complexas para resolver a crise ambiental. Pelo contrário, a Economia Verde e a financeirização

da natureza guiaram o agendamento e a noticiabilidade de Globo Rural, com construção de sentidos atrelados ao discurso do agronegócio e da ruralidade hegemônica.

O que fica evidente é a força da racionalidade econômica sobre o fazer jornalístico, impedindo que sejam ofertadas outras maneiras de contar o acontecimento. É nesse contexto que atua o enquadramento discursivo. Ao recortar o mundo para destacar os aspectos econômicos da agricultura alternativa, historicamente em posição de resistência ao modelo convencional, Globo Rural impulsiona a reformulação das disputas discursivas por hegemonia na ruralidade e limita a capacidade do jornalismo se reinventar e diversificar visões de mundo.

Referências

- ALENCAR, C. M. M.; MOREIRA, R. J. Campo e cidade metropolitanos: uma noção inteira para pensar o desenvolvimento humano contemporâneo. In: MOREIRA, R. J. (org.). **Identidades sociais: ruralidades no Brasil contemporâneo**. Rio de Janeiro: DP&A, 2005.
- BENETTI, M. A ironia como estratégia discursiva da revista *Veja*. **LÍBERO**, n. 20, p. 37-46, 2007.
- BENETTI, M. Revista e jornalismo: conceitos e particularidades. In: TAVARES, F. M. B.; SCHWAAB, R. (org.). **A revista e seu jornalismo**. Porto Alegre: Penso, 2013.
- BERGER, C. **Campos em confronto: a terra e o texto**. 2. ed. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2003.
- CANCLINI, N. G. **Culturas Híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade**. Trad. Heloísa Cintrão; Ana Regina Lessa. 4. ed. 6. reimp. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2013.
- CAPORAL, F. R. Agroecologia. In: CAPORAL, F. R. (org.). **Extensão rural e agroecologia: para um novo desenvolvimento rural, necessário e possível**. Camaragibe: Editora do Coordenador, 2015.
- CAPORAL, F. R.; COSTABEBER, J. A. Agroecologia: conceitos e princípios para a construção de estilos de agriculturas sustentáveis. In: CAPORAL, Francisco Roberto (org.). **Extensão rural e agroecologia: para um novo desenvolvimento rural, necessário e possível**. Camaragibe: Editora do Coordenador, 2015.
- CAPRA, F. **A teia da vida: uma nova compreensão científica dos sistemas vivos**. Trad. Newton Roberval Eichenberg. São Paulo: Cultrix, 2006.
- CHARAUDEAU, P.; MAINGUENEAU, D. **Dicionário de análise do discurso**. São Paulo: Contexto, 2008.
- COMISSÃO MUNDIAL SOBRE MEIO AMBIENTE E DESENVOLVIMENTO. **Nosso futuro comum**. 2. ed. Rio de Janeiro: Editora da Fundação Getúlio Vargas, 1991.
- CUBAS, T. E. A. **São Paulo agrário: representações da disputa territorial entre camponeses e ruralistas de 1988 a 2009**. Dissertação (Mestrado em Geografia) – Faculdade de Ciências e Tecnologia da Universidade Estadual Paulista. Presidente Prudente, 2012.
- EDITORIA GLOBO. **Mídia Kit revista Globo Rural**, 2015. Disponível em: <http://editora.globo.com/midiakit/globorural/arquivos/MidiaKit_GloboRural.pdf> Acesso em: 28 abr. 2019.
- INDURSKY, F. Da interpretação à falha no ritual: a trajetória teórica da noção de formação discursiva. In: BARONAS, R. L. (org.). **Análise do discurso: apontamentos para uma história da noção-conceito de formação discursiva**. São Carlos: Pedro & João Editores, 2007.
- LEAL, B. S. *et al.* Agendamento, enquadramento e noticiabilidade. In: BENETTI, M.; FONSECA, V. P. S. (org.). **Jornalismo e acontecimento: mapeamentos críticos**. Florianópolis: Insular, 2010.

- LEFF, E. **Racionalidade ambiental**: a reapropriação social da natureza. Trad. Luís Carlos Cabral. Rio de Janeiro: Civilização brasileira, 2006
- LEFF, E. **Ecologia, capital e cultura**: a territorialização da racionalidade ambiental. Trad. Jorge E. Silva; Carlos Porto-Gonçalves. Petrópolis: Vozes, 2009.
- LEFF, E. **Saber ambiental**: sustentabilidade, racionalidade, complexidade, poder. Trad. Lúcia Mathilde Endlich Orth. 9. ed. Petrópolis: Vozes, 2012.
- MAINGUENEAU, D. **Novas tendências em análise do discurso**. Trad. Freda Indursky. 3. ed. Campinas: Pontes, 1997.
- MALDIDIER, D. **A inquietação do discurso**: (Re)ler Michel Pêcheux hoje. Trad. Eni Puccinelli Orlandi. Campinas: Pontes, 2003.
- MEDITSCH, E. Jornalismo e construção social do acontecimento. In: BENETTI, M.; FONSECA, V. P. S. (org.). **Jornalismo e acontecimento**: mapeamentos críticos. Florianópolis: Insular, 2010.
- MORAES, C. H. **Entre o clima e a economia**: enquadramentos discursivos sobre a Rio+20 nas revistas Veja, IstoÉ, Época e Carta Capital. Tese (Doutorado em Comunicação e Informação) – Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, 2015.
- MORAES, C. H.; FANTE, E. M. Sustentabilidade: do que estamos falando? Entender os paradigmas para complexificar a pauta. In: GIRARDI, I. M. T. *et al.* (org.). **Jornalismo ambiental**: teoria e prática. Porto Alegre: Metamorfose, 2018.
- MOREIRA, R. J. Ruralidades e globalização: ensaiando uma interpretação. In: MOREIRA, R. J. (org.). **Identidades sociais**: ruralidades no Brasil contemporâneo. Rio de Janeiro: DP&A, 2005.
- MORENO, C. Las ropas verdes del rey, La economía verde: una nueva fuente de acumulación primitiva. In: FUNDACIÓN ROSA LUXEMBURG; ABYA ALA. **Alternativas al capitalismo**: colonialismo del siglo XXI. Quito: Ediciones Abya Ala, 2013.
- ORLANDI, E. P. **Análise de discurso**: princípios e procedimentos. 7. ed. Campinas: Pontes Editores, 2007.
- PÊCHEUX, M. **Semântica e discurso**: uma crítica à afirmação do óbvio. Trad. Eni Puccinelli Orlandi *et al.* 2. ed. Campinas: Editora da Unicamp, 1995.
- PÊCHEUX, M. **O discurso**: estrutura ou acontecimento. Trad. Eni Puccinelli Orlandi. 5. ed. Campinas: Pontes Editores, 2008.
- REDCLIFT, M. Pós-sustentabilidade e os novos discursos de sustentabilidade. **Raízes**, v. 21, n. 1, 2002. p. 124-136.
- SCHWAAB, R. Revista e instituição: a escrita do lugar discursivo. In: TAVARES, F. M. B.; SCHWAAB, R. (org.). **A revista e seu jornalismo**. Porto Alegre: Penso, 2013.
- SCHWAAB, R.; ZAMIN, A. O discurso jornalístico e a noção-conceito de interdiscurso. **Vozes e diálogo**, v. 13, n. 1, p. 49-62, 2014.
- TAVARES, F. M. B. O Jornalismo especializado e a mediação de um ethos na sociedade contemporânea. **Em Questão**, v. 13, n. 1, p. 41-56, 2007.
- TRAQUINA, N. **Teorias do Jornalismo**: a tribo jornalística – uma comunidade interpretativa transnacional. 2. ed. Florianópolis: Insular, 2008.
- VILAS BOAS, S. **O estilo magazine**: o texto em revista. São Paulo: Summus, 1996.

Sobre os autores

Mathias Lengert

Mestre em Comunicação pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). Pesquisador do grupo de pesquisa em Jornalismo Ambiental (CNPq/UFRGS). Jornalista pela Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), campus Frederico Westphalen. E-mail: mathias.lengert@gmail.com.

Cláudia Herte de Moraes

Doutora em Comunicação e Informação pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). Jornalista e Mestre em Comunicação pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos). Professora adjunta da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), campus Frederico Westphalen. E-mail: chmoraes@gmail.com.

Contribuição dos autores

Lengert, M. e Moraes, C. H. participaram ativamente de todas as etapas de elaboração do manuscrito.

Disponibilidade de dados

Os dados que apoiam os resultados deste estudo estão disponíveis mediante solicitação aos autores.

Conflito de interesse

Os autores declaram que não há conflito de interesse.

Dados editoriais

Recebido em: 10/05/2020

Aprovado em: 24/03/2023

Editora responsável: Maria Ataíde Malcher

Assistente editorial: Weverton Raiol

Este artigo é publicado em acesso aberto (Open Access) sob a licença **Creative Commons Atribuição 4.0 Internacional (CC-BY)**. Os autores retêm todos os direitos autorais, transferindo para a Intercom: Revista Brasileira de Ciências da Comunicação o direito de realizar a publicação original e mantê-la sempre atualizada.

