A função das reportagens ambientais e idéia do leitor presumível: para quem os jornalistas ambientais escrevem?

Eloisa Beling Loose[1]
Ilza Maria Tourinho Girardi[2]
Jamille Almeida da Silva[3]

Universidade Federal do Rio Grande do Sul

Resumo: Este trabalho busca articular a ideia de leitor presumível com a percepção dos jornalistas sobre a função das reportagens ambientais. Para isso, analisamos as respostas de uma pesquisa realizada com jornalistas que se dedicam à cobertura de meio ambiente, em veículos de comunicação, assessorias de imprensa ou no ensino, na América Latina, Caribe, Portugal, Espanha e países africanos de língua portuguesa. Neste momento, apresentamos os resultados das informações coletadas no Brasil por meio de um questionário *online*. A abordagem é qualitativa e baseia-se em pesquisa bibliográfica e tem caráter descritivo. Apresenta também reflexões sobre jornalismo ambiental. Dentre os resultados analisados, observamos a existência de três funções para as reportagens ambientais, guiados pela idéia do leitor imaginado: informar/esclarecer, denunciar/alertar e educar.

Palavras-chave: Jornalismo Ambiental; prática jornalística; jornalistas; leitor presumível; reportagens ambientais.

---

[1] Pós-Doutoranda no Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Doutora em Meio Ambiente e Desenvolvimento pelo Programa de Pós-Graduação em Meio Ambiente e Desenvolvimento da Universidade Federal do Paraná. Vice-líder do Grupo de Pesquisa Jornalismo Ambiental, CNPq/UFRGS. E-mail: eloisa.beling@gmail.com.

[2] Doutora em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo. Professora no Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação. Líder do Grupo de Pesquisa Jornalismo Ambiental, CNPq/UFRGS. E-mail: ilza.girardi@ufrgs.br.

[3] Relações Públicas pela Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Mestranda no Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação na UFRGS. Integrante do Grupo de Pesquisa Jornalismo Ambiental, CNPq/UFRGS.
E-mail: jamille.almeida@ufrgs.br.

Galoá { Este trabalho foi publicado utilizando o Galoá proceedings
https://proceedings.science/p/144331?lang=pt-br

1. Introdução

Para quem os jornalistas ambientais escrevem? Quais ideias de leitor ou público estes jornalistas possuem? Como buscam atingi-los? Movido por essas questões é que este artigo busca articular a ideia de leitor presumível[i] com a percepção dos jornalistas sobre a função das reportagens ambientais. O material analisado faz parte das respostas obtidas em uma pesquisa maior[4], realizada com jornalistas que se consideram ambientais da América Latina, Caribe, Portugal, Espanha e países africanos de língua portuguesa. Essa pesquisa buscou compreender a concepção de Jornalismo Ambiental pelos jornalistas que trabalham com meio ambiente, nos veículos de comunicação, nas assessorias ou como professores de jornalismo nos locais já citados.

Para realizar essa pesquisa, mapeamos dos sujeitos que se enquadravam no objetivo da pesquisa; estabelecemos dos critérios para selecionar esses sujeitos; a elaboração e construção do questionário online (constituído por dados de identificação, dez perguntas abertas e esclarecimentos sobre as questões éticas com o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido) e a sua aplicação (envio por e-mail com informações sobre a pesquisa).

A partir desse contexto, informamos que neste momento iremos trabalhar somente com as respostas recebidas dos jornalistas brasileiros e que residem no Brasil, somando 41 entrevistados. Como sinalizado, das 10 perguntas elaboradas para coleta de dados, destacamos a quinta pergunta do questionário, pois essa contempla a reflexão deste trabalho sobre o público do jornalismo ambiental: qual a função das reportagens ambientais.

Com esse recorte, compreendemos que ao analisar a função das reportagens, será possível observar o que esses jornalistas projetam, imaginam sobre e para o seu leitor. Assim, guiados pelas leituras do jornalismo ambiental e do leitor presumível, propomos uma pesquisa de abordagem qualitativa, baseada em pesquisa bibliográfica e com caráter descritivo para análise de categorias criadas a partir das respostas analisadas.

[4] Essa pesquisa chama-se "O Jornalismo Ambiental na concepção dos jornalistas que fazem a cobertura de meio ambiente na América Latina, Caribe, Portugal, Espanha e países africanos de língua portuguesa", desenvolvida pelo Grupo de Pesquisa Jornalismo Ambiental. Informações sobre o desenvolvimento da pesquisa e outros resultados já analisados foram publicadas por Girardi, Loose e Silva (2018).

Galoá { Este trabalho foi publicado utilizando o Galoá proceedings
https://proceedings.science/p/144331?lang=pt-br

2. Compreensão do Jornalismo Ambiental

Expor os problemas ambientais implica expor os responsáveis e, às vezes, tais responsáveis são justamente os que mantêm as empresas jornalísticas. Pode-se imaginar que muitas empresas sofram constrangimentos, ou até impedimentos, quando se trata de discutir a imagem de quem banca os salários dos jornalistas. Trigueiro expõe (2005, p.295):

> É fato que o jornalismo ambiental ameaça os interesses das empresas públicas ou privadas que agem na contramão da sustentabilidade. Para essas empresas, uma exposição ruim na mídia pode desencadear uma sucessão de desastres que vão de um ligeiro arranhão na imagem à perda da credibilidade – com eventuais impactos no faturamento e na cotação de ações no mercado de Bolsa.

Devido a esse impasse são as Organizações Não-Governamentais (ONG's) que contribuem de forma mais assídua no financiamento econômico de publicações ambientais. É claro que esse quadro está se transformando desde a implantação de normas que exigem das empresas cuidados em relação à sustentabilidade de suas ações. Com o cumprimento rígido das leis ambientais e com o desenvolvimento de certificados que valorizem as práticas ambientais no meio empresarial, o termo 'ecologicamente corretas' passou a dominar os slogans de fábricas e prestadoras de serviço. O que antes era ignorado – por não trazer benefícios rentáveis – passou a ser marketing 'verde'. Os incentivos fiscais e as exigências dos consumidores ecologicamente responsáveis firmaram um perfil empresarial mais consciente, ainda que esta seja rasa e sofra pressões constantemente em prol de lucros.

Os produtos jornalísticos ambientais se deparam com este tipo de problema econômico. Nota-se que as redações são enxutas pela grande quantidade de matérias assinadas por um único repórter ou pelo espaço significativo que é cedido às colunas de opinião escritas por biólogos, geógrafos e demais especialistas. A falta de periodicidade ou o longo tempo que separa uma edição da outra são pistas dessa situação.

Mas é também preciso levar em conta que a consciência ecológica é recente e engatinha nas redações jornalísticas. Foi apenas na realização da conferência internacional Eco-92, no Rio de Janeiro, que o jornalismo abriu os olhos para as questões ambientais.

Galoá { Este trabalho foi publicado utilizando o Galoá proceedings
https://proceedings.science/p/144331?lang=pt-br

Assim, refletindo-se sobre os pressupostos do jornalismo ambiental, que precisam entender a complexidade e amplitude das temáticas ambientais e transcrevê-las para os públicos de maneira simples sem comprometer a essência da informação, em espaços cada vez mais reduzidos, em velocidades cada dia maiores, e ainda cuidando para não ser irritantemente didático, vê-se que as revistas especializadas são um espaço privilegiado para o exercício desta prática que implica a compreensão de inúmeros fatores.

3. Escrever para quem? A ideia do Leitor Presumível

Toda e qualquer empresa jornalística está interessada em atingir o público. Mas quem é esse público? Para quem mesmo os jornalistas escrevem? Embora existam hoje pesquisas que busquem mapear e delinear os perfis dos públicos, geralmente a audiência é desconhecida pelos profissionais das redações, o que os fazem escrever para o que eles creem que sejam seus leitores.

Pereira Júnior (2005), ao falar sobre uma audiência presumida, acredita que o público está presentificado no discurso jornalístico. Concorda-se com o autor, na medida em que se conhece a necessidade de antecipação do outro (para quem se diz) a fim de construir um discurso que seja reconhecido e compreendido, afinal o propósito primeiro da comunicação é estabelecer relação com o outro.

De forma semelhante, Umberto Eco (2008) ao entender que todo texto só pode ter seu sentido completado no ato de leitura/interpretação do leitor e que os sentidos possíveis prescindem do uso de uma série de competências que tornem aquilo que se quer dizer compreensível para o outro, também trata de um receptor presumível que ele denomina de leitor-modelo. E reforça que a ideia desse leitor imaginado não significa apenas esperar que o texto seja lido por alguém que realmente exista, e sim é crucial para mover o texto de modo a construí-lo. Antes de ser exercida faz-se necessário que toda e qualquer comunicação seja imaginada, a fim de dar-lhe um motivo, uma estrutura, um feixe de sentidos permitidos.

Galoá { Este trabalho foi publicado utilizando o Galoá proceedings
https://proceedings.science/p/144331?lang=pt-br

> A configuração do Autor-Modelo depende de traços textuais, mas põe em jogo o universo do que está trás do texto, atrás do destinatário e provavelmente diante do texto e do processo de cooperação (no sentido de que depende da pergunta: 'Que quero fazer com este texto?). (ECO, 2008, p.49)

Na Análise do Discurso francesa esse processo é percebido através das Formações Imaginárias (doravante FIms)[ii].São elas que situam os sujeitos no espaço discursivo. Os lugares que os sujeitos tomam enquanto enunciadores e enunciatários de um discurso são projeções que permitem o funcionamento da relação discursiva. Orlandi esclarece essa noção quando diz (2005, p.40):

> Em toda língua há regras de projeção que permitem ao sujeito passar da situação (empírica) para a posição (discursiva). O que significa no discurso são essas posições. E elas significam em relação ao contexto sócio-histórico e à memória (o saber discursivo, o já-dito).

É essa noção que movimenta a imagem da posição-sujeito locutor (quem sou eu para lhe falar assim?) e da posição-sujeito interlocutor (quem é ele para me falar assim ou para que eu lhe fale assim?), além do objeto do discurso (do que estou lhe falando, do que ele me fala?). Soma-se à compreensão de tais posições a inclusão do aspecto que prevê a antecipação. Assim, a imagem que o locutor tem do interlocutor e vice-versa, além das imagens possíveis que cada uma das pontas possui do objeto do discurso, também são levadas em consideração.

No entanto, é preciso destacar que tais sentidos, antecipações e relações de força que são derivadas das FIms não nascem sozinhas e sem história. Elas fazem parte da linguagem e derivam no modo como as relações sociais se inscrevem num contexto dado e conduzido por determinadas relações de poder.

Pensando na rotina da produção da notícia, pode-se relacionar essa antecipação (intrínseca ao discurso) com o conceito de Pereira Júnior (2005) de *audiência presumida*[iii], que, conforme o autor, consiste na construção antecipada que os jornalistas fazem de sua audiência, a partir da cultura profissional, da organização do trabalho, dos processos produtivos, dos códigos particulares (as regras de redação), da língua e das regras do campo das linguagens para, no trabalho da enunciação, a fim de elaborarem seus discursos.

Galoá { Este trabalho foi publicado utilizando o Galoá proceedings
https://proceedings.science/p/144331?lang=pt-br

Sob essa mesma perspectiva, Marcia Benetti (2008) acredita que essa condição de identidade ("quem diz e para quem") e de dispositivo ("em que condições se diz") do campo jornalístico só pode ser compreendida a partir da noção de FIms:

> O conceito de formações imaginárias proposto por Pêcheux, embora venha sendo negligenciado no estudo do jornalismo, é crucial para entender os sujeitos que participam deste discurso. Segundo Pêcheux (1990: 83), o sujeito que fala tem dois horizontes imaginários ao longo dos quais se desloca no processo enunciativo, refletindo sobre si e sobre seu interlocutor. Pergunta-se "quem sou eu para lhe falar assim?" e pergunta-se "quem é ele para que eu lhe fale assim?". Em contrapartida, o interlocutor lida com outros dois horizontes sobre si mesmo e sobre quem lhe fala,perguntando-se "quem sou eu para que ele me fale assim?" e "quem é ele para que me fale assim?". (BENETTI, 2008, p.42)

Na AD, essa concepção de leitor presumível é tratada como leitor virtual. Indiferentemente da nomenclatura que se eleja como mais adequada para falar das relações mediadas por imagens a partir de onde surgem os discursos, é importante ter em vista a situação jornalística de enunciação. O jornalista, ao escrever, constrói um imaginário de quem será o sujeito que lerá seu texto (imagina a faixa etária, o sexo, os interesses profissionais, o objetivo dele em comprar a revista, a escolaridade, etc.). Também imagina o que a empresa na qual trabalha quer que ele escreva (pensa, então, nos interesses comerciais, na política editorial, no tempo hábil, nas possibilidades de agradar o editor e de ser elogiado, nas formas com as quais seus colegas e outros veículos construiriam o texto, no número de linhas disponíveis, nas estratégias de captação, didatização, informação, etc.). E, em função desses vários imaginários, ele controla o que pode e o que não pode ser dito.

Além do saber manusear esse complexo sistema imaginário, atenta-se para o fato das noções de autoridade, legitimidade e credibilidade (tão caras ao jornalismo) serem dependentes do contrato de comunicação[iv] existente entre leitor e jornalista, que é firmado na mútua capacidade de imaginar que o outro está cumprindo com seu papel (seja o de emitir a informação, seja de recebê-la). Para Eco (2008) é essa a relação que propicia a cooperação textual e, consequentemente, uma dada completude do texto.

> O jornalista imagina, basicamente, um leitor que seja capaz de reconhecer as regras do jornalismo como gênero discursivo, de compreender seu texto e de considerar legítimo o que é narrado. Essa legitimidade diz respeito ao papel que o jornalista internaliza como dever profissional e às características do

Galoá { Este trabalho foi publicado utilizando o Galoá proceedings
https://proceedings.science/p/144331?lang=pt-br

> que compreende como jornalismo, incluindo aí os limites de atuação regulados pela ética – ou do que julga ser a ética profissional, que vai além dos códigos formais. Todos esses fatores contornam uma identidade profissional, que se move no eixo daquilo que foi socialmente construído como um lugar a ser ocupado pelo jornalismo. O jornalista que enuncia relaciona-se ainda com outros sujeitos imaginados quando produz um discurso. Incorpora, ao rol de leitores virtuais, suas fontes, seus colegas de profissão, em certas situações seu editor e a instituição que o emprega. Todos esses sujeitos fazem parte da intersubjetividade que conforma o processo jornalístico. (BENETTI, 2008, p.43)

Nesse sentido, é importante deixar claro que o leitor real (aquele sujeito concreto que entra em contato com o produto jornalístico) também produz imagens sobre si e sobre o jornalista que enuncia (embora este não seja o foco do trabalho). Essa é a lógica que move o contrato de comunicação: tanto o jornalista quanto o leitor estão em lugares de fala, construídos e legitimados socialmente, que são interdependentes das imagens que cada um elabora do outro.

4. Análise

Para entender a concepção dos jornalistas investigados sobre o público para o qual destinam o seu trabalho, empreendemos uma análise descritiva das respostas discursivas recebidas pelo questionário online, com abordagem qualitativa, buscando organizá-las e classificá-las em categorias. Como sinalizado anteriormente, optamos por apresentar as respostas dos jornalistas brasileiros, pois foi pela aplicação do questionário aos integrantes da Rede Brasileira de Jornalismo Ambiental, criada em 1998, que a pesquisa teve o seu início. Posteriormente, ampliamos a divulgação para os veículos de mídia, assessores de imprensa e instituições de ensino.

Recebemos o retorno de 41 jornalistas brasileiros, com a maior concentração das respostas nas regiões sul e sudeste, seguido da região centro-oeste, e as regiões norte e nordeste com menor representatividade. A seguir (Tabela 1) é possível verificar o número de respostas recebidas e os seus respectivos percentuais por região do país.

Galoá { Este trabalho foi publicado utilizando o Galoá proceedings
https://proceedings.science/p/144331?lang=pt-br

Tabela 1: Relação das respostas coletadas por região

Região	Nº de respostas	Valor em %
Sudeste	14	34,15%
Sul	14	34,15%
Centro-Oeste	7	17,07%
Nordeste	3	7,32%
Norte	3	7,32%
Total	**41**	**100,00%**

Fonte: autoria própria

Observamos também os perfis dos jornalistas que participaram da pesquisa. Assim, registramos que 66% afirmaram ser repórteres, já 17% disseram trabalhar como assessores de imprensa, e 12% como docentes de Jornalismo Ambiental. Os outros 5% não informaram sua atuação.

Para refletirmos sobre o público do Jornalismo Ambiental pela concepção dos jornalistas que trabalham com a temática, entendemos que duas questões do questionário nos possibilitam perceber qual o objetivo dos jornalistas ambientais ao escreverem suas reportagens, considerando o seu público, e se as pessoas demonstram interesse por notícias ambientais.

Em relação à primeira pergunta, questionamos qual a função das reportagens ambientais para os sujeitos pesquisados. Observamos que um pouco mais da metade dos jornalistas, 51%, disseram que a função das reportagens ambientais **é informar e esclarecer** as pessoas. Para esses respondentes, as reportagens ambientais devem levar informação de qualidade para o público, buscando sensibilizar, estimular o debate e a participação do cidadão em relação às questões ambientais. Citamos, as seguir, algumas respostas que exemplificam essa função:

> **Respondente 22** - Informar a respeito das causas relacionadas ao meio ambiente e ao desenvolvimento sustentável como um todo, por meio de dados que sejam de interesse público (sobre mudanças climáticas, água, biodiversidade, energia, etc), de modo que a audiência tenha elementos disponíveis para per-

Galoá { Este trabalho foi publicado utilizando o Galoá proceedings
https://proceedings.science/p/144331?lang=pt-br

> ceber o quanto que essas temáticas têm influência em seu dia a dia, bem como do futuro das gerações futuras.
>
> **Respondente 35 -** Promover a difusão de informações e o debate público sobre a qualidade de nosso modelo de desenvolvimento e seus impactos sobre a manutenção e recuperação de recursos naturais.

Já 29% dos pesquisados mencionaram que as reportagens ambientais têm uma **função pedagógica**. Para esses jornalistas, essa função tem o intuito de desenvolver a análise crítica nos cidadãos, bem como a conscientização do público para o ambiente, mostrando o seu papel na sociedade e o seu potencial em transformá-la. As respostas abaixo exemplificam essa função:

> **Respondente 14** - Dar à audiência a capacidade de interrelacionar diferentes aspectos da realidade presente e antever uma visão de futuro. Dar ao indivíduo uma visão macro do seu papel na sociedade e no planeta de uma forma mais ampla do que, por exemplo, a cobertura política.
>
> **Respondente 20** - A função é a de despertar o senso crítico na sociedade sobre o tema. O caso recente da Samarco é um exemplo bem atual. O desastre ambiental em Minas, via de regra, não foi tratado como mero acidente, porque não foi. Houve negligência em prevenção e descaso sobre seus danos. Embora ainda estejamos longe de ter uma punição exemplar às empresas envolvidas, se houvesse menos repercussão da mídia, o descaso poderia ter sido ainda maior.
>
> **Respondente 41-** A função é trazer a problemática ambiental à tona, conscientizar e educar a população, além de apresentar uma forma de ver o mundo mais holística e integrada.

Os outros 20% citaram que a função da reportagem ambiental é **denunciar e alertar** o público. Os pesquisados acreditam que é por meio das reportagens que se devem realizar alertas sobre crimes ambientais e projetos que agridem/degradam o nosso ambiente. Podemos observar essas constatações nos relatos abaixo:

> **Respondente 8 -** Especialmente alertar para o fato de que estamos sendo irresponsáveis em nosso trato com o planeta e que isso terá um custo elevadíssimo já no curto prazo. Em menos de uma geração a mudança climática deixou de ser uma ameaça para o futuro para se tornar em algo que está acontecendo agora.
>
> **Respondente 17 -** Mostrar ao público iniciativas positivas, denunciar situações ilegais ou que podem causar danos ao meio ambiente, consequências de atitudes do cotidiano que podem impactar a natureza.

Galoá { Este trabalho foi publicado utilizando o Galoá proceedings
https://proceedings.science/p/144331?lang=pt-br

Observamos que as três funções apresentadas pelos jornalistas estão relacionadas diretamente ao jornalismo ambiental que acreditamos: comprometido com a cidadania, com o seu papel educativo e transformador (GIRARDI et al.,2012). Também destacamos, pela perspectiva do jornalismo ambiental, a importância das reportagens como um mobilizador social para mudanças de atitudes e pensamentos.

Destacamos que as três funções apreendidas na análise das respostas se relacionam com a três funções principais do jornalismo ambiental citadas por Bueno (2008): a informativa: que supre a necessidade dos cidadãos de estarem informados sobre as questões ambientais, com um enfoque para os impactos ambientais em sua rotina; a pedagógica: com destaque para as causas e soluções relacionadas aos problemas ambientais, estimulando o pensamento crítico e a participação dos cidadãos para resolução dos problemas; e a política: envolvimento da população frente aos problemas ambientais e, principalmente, na defesa do ambiente em relação aos crimes ambientais realizados por determinadas empresas e setores (como o agronegócio), sem esquecer as ações tomadas pelos governantes.

Ao entender qual a função das reportagens ambientais para os jornalistas, percebemos que leitor presumido serve como guia para que o jornalista busque a função do seu trabalho e, por sua vez, das reportagens ambientais. Assim, realizar uma reportagem para um veículo impresso, digital ou para televisão, por exemplo, os respondentes nos permitiram perceber que eles buscam um objetivo a alcançar, pois o seu leitor presumível guia o seu fazer (ECO, 2008). Dessa forma, o jornalista imagina uma comunicação, que envolverá a estrutura do seu texto, das suas imagens, ou que estiver produzindo e pretendendo informar.

Considerações

As reflexões realizadas pelas respostas enviadas pelos jornalistas brasileiros ao serem questionados sobre a função das reportagens ambientais nos permitem verificar que as questões que estão sendo abordadas no Grupo de Pesquisa Jornalismo Ambiental também estão presentes na prática e no cotidiano dos jornalistas que atuam em veículos, assessorias e instituições de ensino. Compreendemos, assim, que os entrevistados en-

Galoá { Este trabalho foi publicado utilizando o Galoá proceedings
https://proceedings.science/p/144331?lang=pt-br

tendem que a função das reportagens ambientais está ligada à informar/esclarecer o público, como denunciar e alertar sobre problemas ambientais e também colabora com uma pedagogia sobre a mídia para, assim, transformar a sociedade.

Dessa forma, os sujeitos pesquisados apontam essas funções, guiados pelo o que os motivam a "provocar" no público. E essas funções também estão conectadas com os pressupostos do jornalismo ambiental e que guiam as práticas das autoras. Observamos, assim como um jornalista entrevistado, que as reportagens ambientais devem "levar até o leitor/internauta/espectador/ouvinte a questão da preservação ambiental e o conhecimento dos diferentes ecossistemas, promovendo assim a conscientização e formando cidadãos conscientes e preocupados com o futuro do planeta".

Referências

BENETTI, Marcia. Blogs jornalísticos e formações imaginárias. **Eco-Pós** (UFRJ), v. 12, p. 38-60, 2008.

BUENO, W. C. Jornalismo ambiental: explorando além do conceito. In: GIRARDI, I. M. T.; SCHWAAB, R. T. **Jornalismo Ambiental: desafios e reflexões.** Porto Alegre: Dom Quixote, 2008. p. 105-116.

ECO, Umberto. **Lector in Fabula**: a cooperação interpretativa nos textos narrativos. São Paulo: Perspectiva, 2008.

FAUSTO NETO, Antonio. Contratos de leitura: entre regulações e deslocamentos. In: **Anais do XXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (Intercom)**. Santos, setembro de 2007.

GIRARDI, I. M. T. *et al*. Caminhos e descaminhos do Jornalismo Ambiental. **C&S**, São Bernardo do Campo, v. 34, n. 1, p. 131-152, jul./dez. 2012.

GIRARDI, Ilza; LOOSE, Eloisa; SILVA, Jamille. O Jornalismo Ambiental na concepção dos jornalistas que fazem a cobertura de meio ambiente na América Latina, Caribe, Portugal, Espanha e países africanos de língua portuguesa In: **Aturá** – Revista Pan-Amazônica de Comunicação. n. 2. Vol. 2. Palmas: maio/ago. 2018. p. 48-66.

ORLANDI, Eni. **Análise do Discurso**: Princípios e Procedimentos. Campinas –SP: Pontes, 2005.

PÊCHEUX, Michel. Análise Automática do Discurso. In: GADET, Françoise & HAK, Tony. **Por uma análise automática do discurso***:* uma introdução à obra de Michel Pêcheux. Campinas: UNICAMP, 1993.

Galoá { Este trabalho foi publicado utilizando o Galoá proceedings
https://proceedings.science/p/144331?lang=pt-br

PEREIRA JÚNIOR, Alfredo. **Os jornalistas e a audiência: a hipótese da audiência presumida.** Anais do XXVIII Intercom. Rio de Janeiro: Setembro de 2005.

TRIGUEIRO, André. **Mundo Sustentável – Abrindo Espaço na Mídia para um Planeta em Transformação.**São Paulo: Globo, 2005.

---

[i] As expressões 'leitor presumível', oriunda de Pereira Júnior, e 'leitor-modelo', derivada de Umberto Eco, são similares e, nesse trabalho, equivalentes. Outros autores trabalham com essa noção com denominações diferentes, a exemplo de Barthes (1966) e Van Dijk (1976).

[ii]Conceito de Michel Pêcheux (1969). As Formações Imaginárias surgiram da idéia das formações inconscientes, que segundo a teoria lacaniana, interferem no discurso do sujeito, descentrando-se da evidência da consciência nos pontos onde esta falha: sintomas, lapsos e sonhos. Assim, as FIms são constitutivamente ligadas à história e suas materialidades são apreendidas no discurso.

[iii] Neste artigo entende-se audiência presumida como sinônimo de leitor presumível, pois Pereira Júnior fala do conceito partindo do telejornalismo e nós o re-situamos em função das respostas dos sujeitos pesquisados.

[iv] Utiliza-se aqui a concepção de contrato de leitura articulada por Fausto Neto (2007, p.3): são "regras, estratégias e 'políticas' de sentidos que organizam os modos de vinculação entre as ofertas e recepção dos discursos midiáticos, e que se formalizam nas práticas textuais, como instâncias que constituem o ponto de vínculo entre produtores e usuários".

Galoá { Este trabalho foi publicado utilizando o Galoá proceedings
https://proceedings.science/p/144331?lang=pt-br