



remaea

Signos de “uma” Amazônia: análise e produção de sentidos a partir do vídeo “Adote um Parque”

Fernanda Keila Marinho da Silva¹
Universidade Federal de São Carlos
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5697-8417>

Gustavo Henrique de França²
Universidade de São Paulo
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9826-6250>

Hylío Laganá Fernandes³
Universidade Federal de São Carlos
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0922-867X>

Resumo: Parte-se de enunciados verbo-visuais de um vídeo propaganda do programa “Adote um Parque”, objetivando apresentar e discutir potenciais sentidos mobilizados por este material. Tais sentidos serão apresentados a partir de uma tentativa de leitura *não indiferente*, o que posiciona a pessoa que lê/que pesquisa como situado socio-historicamente e *responsiva ativa*, compreensão construída a partir do referencial teórico-metodológico *bakhtiniano*. Selecionaram-se dez imagens do vídeo para a produção interpretativa e, utilizando-se dos conceitos de enunciado e signo ideológico, demonstrou-se que, embora a base estética seja sustentada por uma narrativa de cenas em composições harmônicas, sonoridade (música e narração) “amigável”, acolhedora e ambientalmente ética, a contraposição ativa responsiva nos convida para outro lugar interpretativo, realmente necessário nos trabalhos de educação ambiental e de temáticas ambientais.

Palavras-chave: Propaganda política, Signo ideológico, Enunciado verbo-visual.

Signos de “una” Amazonía: análisis y producción de sentidos a partir del video “Adote um Parque”

Resumen: A partir de los enunciados verbo-visuales de un video promocional del programa “Adote um Parque”, el presente artículo tiene como objetivo presentar y discutir los sentidos potenciales movilizados por

¹ Doutora em Ciências pela UNICAMP; professora no Programa de Pós-graduação em Educação e no Programa de Mestrado Nacional Profissional em Ensino de Física, UFSCar/Campus Sorocaba. E-mail: fernandakeila@ufscar.br

² Licenciado em Física pela UFSCar/Campus Sorocaba e doutorando em Física pela USP. E-mail: ghf.guss@gmail.com

³ Doutor em Educação pela UNICAMP; professor no Programa de Pós-graduação em Educação, UFSCar Campus Sorocaba. E-mail: hylio@ufscar.br

dicho material. Estos sentidos se expondrán desde un intento de lectura no indiferente, que posiciona al lector/investigador como un sujeto sociohistóricamente situado y activamente receptivo, construyendo la comprensión a partir del referencial teórico-metodológico bakhtiniano. Se seleccionaron diez imágenes del video para la producción interpretativa y, utilizando los conceptos de enunciado y signo ideológico, se demostró que, si bien la base estética se sostiene en una narrativa compuesta por escenas en armoniosas composiciones, sonoridad (música y narración) amigable, acogedora y éticamente ambiental, la contrapropuesta activamente receptiva invita a un lugar interpretativo distinto, verdaderamente necesario en los trabajos de educación ambiental y en las temáticas relacionadas con el medio ambiente.

Palabras clave: Propaganda política, Signo ideológico, Enunciado verbo-visual.

Signs of “an” Amazonia: analysis and meaning-making based on the video “Adote um Parque”

Abstract: Based on the verbo-visual utterances of the promotional video for the “Adote um Parque” program, this article aims to present and discuss the potential meanings conveyed by the video. These meanings will be presented as part of an attempt to adopt a non-indifferent position, positioning the reader/researcher as a socio-historically situated and actively responsive subject, based on the Bakhtinian theoretical-methodological framework. Ten images from the video were selected for interpretative analysis, and, using the concepts of utterance and ideological sign, it was demonstrated that, although the aesthetic basis is supported by a narrative composed of harmonious scenes, friendly and welcoming sound elements (music and narration), and an environmentally ethical tone, the actively responsive counter-position invites us to a different interpretative stance — one that is truly necessary in environmental education and in addressing environmental themes.

Keywords: Political propaganda, Ideological Sign, Verbo visual utterance.

Introdução

A motivação do presente trabalho está relacionada às preocupações inerentes à abordagem de tópicos ambientais, especialmente, aos retrocessos decorrentes das ações políticas catastróficas e da perspectiva negacionista da ciência, vigentes no governo do Presidente Jair Messias Bolsonaro (2019-2022). Reconhecidos veículos de imprensa de circulação nacional e internacional, dentre eles, grandes jornais brasileiros e portais de notícias, vinham notificando para o grande público uma série de reportagens que ilustravam as orientações da base governamental. Não raro, observava-se a negação do colapso climático; o menosprezo em relação a ações e práticas consideradas seguras do ponto de vista ambiental; a redução do poder de multas ambientais que poderiam trazer importantes recursos para a pasta ambiental, dentre outras condutas. Uma pesquisa rápida pelo buscador *Google* permite deparar-se com notícias do gênero⁴.

Com essas preocupações em mente, o acompanhamento de notícias relacionadas à área ambiental, desde 2019, levou-nos ao encontro de um vídeo que apresentava uma das

⁴ Para exemplificar, realizou-se uma busca no *Google*, com o operador “site:g1.globo.com” combinado às palavras “Bolsonaro” e “meio ambiente”. Identificaram-se, aproximadamente, 202.000 resultados.

políticas implementadas pelo governo em 2021, motivando a realização da pesquisa aqui apresentada. Trata-se do programa "Adote um Parque", que apresentava uma série de informações disponíveis na *Internet*. Durante a produção desta pesquisa, o programa estava em funcionamento, com os resultados do edital das adoções. Segundo informações obtidas pelo *site*⁵, tratava-se de (Brasil, 2019):

[...] um programa criado para atrair recursos com o objetivo de custear a conservação dos parques nacionais. Empresas nacionais ou estrangeiras, e também indivíduos, por meio dessa iniciativa, vão contribuir concretamente com a proteção ambiental do Brasil (Brasil, 2019, s/p.).

Neste artigo, a proposta é produzir uma interpretação dos discursos do vídeo, decorrentes de uma relação enunciativa de texto-imagem e, também, identificar alguns dos sentidos mobilizados pelo material, a partir dos elementos teóricos do Círculo de Bakhtin, os quais serão explicitados nas seções seguintes.

Compomos um grupo de pesquisadores e pesquisadoras em Educação Ambiental cujas pesquisas e práticas pedagógicas ensejam por discussões que visam resgatar e reinventar valores relacionados aos espaços sociais, cultivando e analisando objetos com função didática ou que possam ser utilizados para funções didáticas, a depender da intencionalidade docente. Para tal, dentre outras ações e processos, parece-nos fundamental discutir a comunicação efetivada pelas imagens, pela linguagem visual, pela linguagem verbo-visual presente em materiais que, de alguma maneira, colaboram com a produção de reflexões relacionadas ao ambiente.

Propagandas políticas e Amazônia

Queiroz; Carrilho (2012) discutem alguns dos principais paradigmas da propaganda política contemporânea. Os autores salientam que, durante o século XX, a ênfase dada à propaganda a colocava como uma das “grandes armas para manutenção dos poderes nos regimes totalitários” (Queiroz; Carrilho, 2012, p. 105). Nesse sentido, entende-se que a propaganda política seja um segmento da comunicação que possui o objetivo de legitimar o

⁵ <https://www.gov.br/mma/pt-br/assuntos/areasprotegidasecoturismo/adoteumparque> (O *site* não está mais acessível).

poder de uma determinada organização por meio da propagação de ideias, a fim de convencer a população a aceitá-las (Queiroz; Carrilho, 2012).

Em seu livro “Comunicação e Espetáculos da Política”, Maria Weber (2000, p. 151) recorre ao pensamento gramsciano para se referir às formas de controle político, que são “a dominação direta do conjunto da sociedade através da força e da coerção física, e a direção exercida através do controle e dominação ideológicos”. O primeiro seria suficiente apenas por um intervalo de tempo, e, em algum momento, o Estado precisaria conquistar sua legitimidade e obter o consenso das classes subalternas (Weber, 2000). Aí, entraria em ação o convencimento ideológico através da propaganda política.

Ainda nesta mesma escola de pensamento, Althusser (1980) classifica os meios de comunicação como um aparelho ideológico de Estado de informação. Para o autor, um aparelho ideológico de estado tem necessariamente a função de “reproduzir as relações de produção, isto é, as relações capitalistas de exploração” (Althusser, 1980, p. 62). Nesta perspectiva, o Estado utiliza a propaganda não apenas para validar seus próprios interesses e objetivos, mas também para realizar uma manutenção do poder dominante através do convencimento ideológico.

Tomando estas definições, a propaganda política esteve presente em toda forma de organização em sociedade, desde as teocracias vigentes nas primeiras grandes civilizações humanas, com a propagação da ideia de que o governante era escolha divina, ou mesmo uma deidade encarnada, até regimes totalitários, como a ideia de uma raça superior por sua descendência soberana. Decisões e ações governamentais são pautadas em ideologias que se sustentam a partir de sua propagação e aceitação e, portanto, sobrevivem e se reforçam às custas da propaganda (Queiroz; Carrilho, 2012).

No ensaio “Educação como prática da liberdade”, Paulo Freire (1967) compara a propaganda ideológica ou política do governo brasileiro da época com a propaganda comercial, com toda sua *sloganização*, repleta de engodos contrários à formação de uma mente crítica. Freire (1967), nessa ocasião, propõe uma nota de rodapé ilustrativa:

Nunca nos esqueçamos da propaganda, de certa forma inteligente, considerando as nossas matrizes culturais, todavia altamente prejudiciais à formação de uma mente crítica, feita para certo homem público brasileiro. Aparecia o busto do

candidato, com setas dirigidas à sua cabeça, a seus olhos, à sua boca, às suas mãos.
E, junto a estas setas:
Você não precisa pensar, ele pensa por você!
Você não precisa ver, ele vê por você!
Você não precisa falar, ele fala por você!
Você não precisa agir, ele age por você!
(Freire, 1967, p. 120).

Em relação ao meio ambiente, a propaganda ambiental, que é, portanto, política, também possuía suas atribuições ideológicas com objetivos específicos, afinal, “[...] as questões ambientais envolvem lutas simbólicas em torno da definição e imposição de certos significados, com implicações para os vários atores concernidos, em diferentes escalas, como os contextos políticos locais, nacional e global” (Barros, 2020, p. 301). A região amazônica é bastante exemplar nesse sentido.

Explorada desde o século XVI pelos europeus, teve sua população originária dizimada por epidemias e genocídio (Diamond, 2013); vivenciou um apogeu econômico com o ciclo da borracha, que promoveu grande migração de pessoas, sobretudo, do nordeste brasileiro e, após esse período, entrou num declínio que preocupou os governos militares nos anos da ditadura. O interessante artigo de Loureiro (2002) recupera, de forma sintética, lúcida e crítica, essa trajetória histórica, caracterizada pela autora como uma “história de perdas e danos”, na qual se identificam momentos que configuram verdadeiras máculas nas relações sociais produzidas no território amazônico.

Na segunda metade do século XX, sob o discurso de proteger o “vazio demográfico” da Amazônia e aproveitar suas potenciais riquezas, Ricardo Cardim (2020)⁶ esclarece que:

A propaganda apresentava a região como um “pote de ouro” à espera de felizardos interessados. Com o título “Chega de lendas, vamos faturar”, um anúncio vende o peixe amazônico: “Há um tesouro à sua espera. Aproveite. Fature. Enriqueça junto com o Brasil”. Outras peças exclamavam: “A Amazônia convida para um bom negócio”; “Prosperem com a Amazônia”. A capa da Sudam em Revista de outubro e novembro de 1971 estampa a “Amazônia ontem” — uma floresta; “hoje” — tratores rasgando a floresta; e o “amanhã” — o perfil de uma fábrica com quatro chaminés fumegantes e um edifício de escritórios (Cardim, 2020, s/p).

⁶ <https://www.quatrocincom.com.br/br/artigos/meio-ambiente/arqueologia-do-desastre>. Acesso em 22/05/2025.

Outra propaganda do período, desta vez divulgada por Fernanda Wenzel⁷ e difundida pela empresa de navegação marítima Netumar, apresentava a frase “A Amazônia já era!”. A esta, seguia-se outra: “E como isto nos orgulha!”. Ambas remetendo-se ao conceito de propaganda política exposto aqui a partir de Weber (2000), ao destacar a necessidade desta propaganda em conquistar a legitimidade do Estado para concentrar o poder, difundir e convencer a opinião pública de que a exploração e industrialização da região amazônica são positivas para o desenvolvimento do Brasil, e, portanto, motivo de orgulho. Existem exemplos à fatura⁸.

É compreensível que tais propagandas estejam ancoradas nas dinâmicas sociais da época. Enquanto os países industrializados desejavam discutir os efeitos negativos da industrialização, na conferência de Estocolmo⁹, os países do Sul argumentavam que a pobreza e os problemas ambientais de seus países não resultariam da industrialização, mas da falta desta (Bentes, 2005).

Freire (1967) aponta que a estratégia de efetividade da propaganda possui seus fundamentos na educação deficitária, que promove o tecnicismo em troca do pensamento crítico. Ao apresentar o processo de preparação do material utilizado em seu método, Freire retoma o livro de Aldous Huxley (*Ends and Means*, traduzido para língua portuguesa como “O Despertar do Mundo Novo”), em que o autor nomeia “arte de dissociar ideias” como sendo o antídoto para a força domesticadora da propaganda (Freire, 1967):

Na medida que os grupos, discutindo, fossem percebendo o que há de engodo na propaganda, [...] iriam descobrindo, inicialmente, a diferença entre educação e propaganda. Por outro lado, preparando-se para depois discutir e perceber os mesmos engodos na propaganda ideológica ou

⁷ <https://oeco.org.br/reportagens/a-amazonia-ja-era-como-a-imprensa-glorificou-a-destruicao-da-floresta-na-ditadura-militar>. Acesso em 22/05/2025.

⁸ Em uma propaganda do próprio ministério do interior, dessa mesma época, a Amazônia é vista como um poço de empreendimento para a indústria da carne. Com o *slogan* “Chega de lendas, vamos faturar!” (da mesma reportagem de Wenzel), apresenta-se a região norte do país como uma indústria frigorífica, convidando o investimento na exploração dos recursos locais, com “aplausos e incentivo” da Superintendência do Desenvolvimento da Amazônia (SUDAM), que existe até hoje, e oferecendo o apoio do governo Federal e Estadual.

⁹ Vale atentar que as razões desses países estavam relacionadas à continuidade da industrialização e do modelo de crescimento do capital privado e com a possibilidade do aumento da soberania dos países do Sul, ou seja, preocupações sobre eventuais abalos da acumulação de capital e das estruturas políticas internacionais.

política. Na sloganização iriam armando-se criticamente para a “dissociação de idéias” de Huxley (Freire, 1967, p. 120).

Contextualizar temáticas ambientais a partir do cenário político é relacionar as ideias a respeito da exploração ambiental que são/eram difundidas com as políticas socioeconômicas do governo vigente. A partir dessa discussão e para os fins do presente trabalho, a pergunta que sustenta a discussão é: quais sentidos podem ser mobilizados a partir da leitura do material do vídeo, tentando promover uma leitura *não indiferente* sobre as questões ambientais?

Para um entendimento de enunciados do vídeo “Adote um Parque”

O objeto de estudo proposto envolve o conjunto “texto imagem” de um vídeo propaganda que, a partir do recorte teórico apontado nas linhas seguintes, será compreendido como enunciado.

Na perspectiva bakhtiniana, o discurso se constrói a partir do conceito de enunciado. Morson; Emerson (2008) esclarecem que o enunciado é uma unidade de comunicação discursiva, ao passo que a frase é uma unidade de linguagem. Sendo assim, o que define o enunciado é que a ele é possível responder, o que é diferente para o caso da frase. Essa pode ser citada várias e várias vezes, mas o enunciado é irrepitível, pois o contexto nunca é o mesmo. O pressuposto desta pesquisa é de que o material “verbo-visual” selecionado para a composição das interpretações se configura como enunciado.

Há outras marcas que auxiliam na identificação desse material como enunciado. A concretude histórica é um fator inalienável do enunciado. Fora do lugar histórico, o enunciado é “letra” perdida no tempo, sem poder de ratificar, corroborar ou, simplesmente, dialogar com o presente. Nesse sentido, compreende-se que a propaganda, por meio do vídeo, seja a marca de um programa de governo que promoveu uma política contrária aos cuidados ambientais, tendo produzido decisões que afetam negativamente o território brasileiro e a segurança ambiental do país. Discursivamente, vale destacar que, ao produzir reflexão para a comunidade que pesquisa EA, esse vídeo opera na contínua cadeia de

produção de conhecimento da área, afinal, “Cada enunciado isolado é um elo na cadeia da comunicação discursiva” (Bakhtin, 2010, p.299 [1952-1953]).

Com essas ideias, não se deseja reforçar dispositivos analíticos com raiz bakhtiniana. Concordamos com Francelino (2021) ao dizer que:

Os conceitos bakhtinianos acerca da linguagem dizem muito mais da forma de agir do homem no mundo em sua mais natural e espontânea atividade, que é a comunicação socioverbal, do que propriamente constituem um aparato teórico-metodológico para refletir sobre a língua, o enunciado. Afinal, seja no domínio ético, estético ou cognitivo, temos com Bakhtin um tratado sobre a condição de ser falante, e este sempre em relação constitutivamente alteritária com o(s) outro(s) (Francelino, 2021, p. 201).

Outro ponto a ser discutido envolve a abordagem do enunciado de natureza verbo visual. Segundo Brait (2013),

[...] tanto a linguagem verbal como a visual desempenham papel constitutivo na produção de sentidos, de efeitos de sentido, não podendo ser separadas, sob pena de amputarmos uma parte do plano de expressão e, conseqüentemente, a compreensão das formas de produção de sentido desse enunciado, uma vez que ele se dá a ver/ler, simultaneamente (Brait, 2013, p. 43).

O vídeo analisado estava disponível no endereço: <https://www.youtube.com/watch?v=LKzhXzxf9HI> e foi lançado em 2021. Possui um minuto de duração. Até o ano de 2023, era possível encontrar dados e informações do programa no próprio *site*. O programa “Adote um Parque” foi instituído por decreto presidencial (Brasil, 2021) e objetivou atrair recursos para custear a “conservação” dos parques nacionais. Observa-se que a chamada para participação na campanha é destinada a empresas nacionais, estrangeiras, e pessoas físicas. O primeiro edital foi lançado em março de 2021 e, logo após, deu continuidade por meio da Segunda Fase do Programa “Adote um Parque – Trilhas da Caatinga”.

Em junho de 2023, o Instituto Chico Mendes Mendes de Conservação da Biodiversidade (ICMBio) suspendeu os editais dos Programas “Adote um Parque” e “Adote um Parque: Trilhas da Caatinga”. Segundo a equipe técnica, os programas passariam por

reformulação, pois o edital estaria aberto há dois anos e na avaliação da gestão, constatou-se que este modelo não funcionava¹⁰ (Brasil, 2023).

Apesar de muito curto, o vídeo, compreendido como enunciado, projeta sentidos a quem o assiste. É distinguível a voz de uma narradora, junto a uma música; as imagens sequenciais e os textos que se inserem nas imagens, tanto legendas, como também informações adicionais que colaboram com a proposição de sentidos. A condução é feita por uma voz feminina, cuja expressão invoca gênero explicativo mesclado ao interrogativo, na medida que a narrativa é acompanhada de perguntas que, imediatamente, são respondidas. Há, no canto inferior direito, uma narradora em LIBRAS, também mulher, que reforça a intenção inclusiva da proposta e no canto superior direito a logomarca governamental com o texto “Pátria Amada Brasil: governo federal”, que situa a produção. Discursivamente, o vídeo produz um complexo linguístico dotado de elementos científicos, apelos sociais, beleza “natural”.

Neste material, selecionaram-se dez conjuntos de texto-imagem para realizar a discussão proposta. Embora não represente o vídeo completo, essas partes colaboram com a demonstração de tópicos discursivos importantes e caros para a discussão ambiental.

Para um (possível) entendimento do discurso “Adote um Parque”

Os primeiros segundos do “vídeo propaganda” (Fig. 1) se comprometem a apresentar a Amazônia a partir de imagens de beleza cênica que, com auxílio da narradora, identificam o propósito do vídeo, qual seja, “a proteção da Amazônia”.

O domínio estético (Francelino, 2021) fica explícito nesse primeiro momento, plasmado, sobretudo, nas imagens, e o domínio ético se anuncia, embora vá ganhar mais força nos instantes seguintes, com a inserção humana. Esse propósito de apelo estético é destacado pelas imagens e pela narração, colocada em legenda, de modo interrogativo, conforme se nota na Figura 1, e é reforçada pela dimensão territorial que aparece em texto explicativo, mostrando que a Amazônia Brasileira é maior que a União Europeia.

¹⁰ <https://www.gov.br/icmbio/pt-br/assuntos/noticias/ultimas-noticias/icmbio-suspende-editais-do-adote-um-parque>. Acesso em 22/05/2025.

Figura 1: Você sabe como proteger a Amazônia?



Fonte: BRASIL. Ministério do Meio Ambiente e Mudança do Clima. *Lançamento Adote um Parque*. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=LKzhXzxf9HI>. Acesso em: 23 maio 2025.

Percebe-se que a narrativa tem início com um questionamento importante à pessoa que o assiste, ao indagar sobre o conhecimento para proteger a Amazônia. O edital dirige-se a pessoas físicas e jurídicas que possam "adotar" um dos 132 parques à disposição, mas a propaganda não informa quais os trâmites necessários, tampouco os valores financeiros atrelados à adoção.

É um vídeo dirigido ao *convencimento* da necessidade da adoção, porque afinal, *ela* precisa ser protegida. Propagandeia-se a necessidade da adoção por meio da certeza de que nós, espectadores, assimilaremos o discurso do "vídeo propaganda". Nesse diálogo, a persuasão ocorre pela aposta na ideia de um ouvinte-leitor compreensivo e passivo. Aposta-se inicialmente e cativa-se posteriormente. Segundo Bakhtin (2002, p. 142, [1930-1953]),

O objetivo da assimilação da palavra de outrem adquire um sentido ainda mais profundo e mais importante no processo de formação ideológica do homem, no sentido exato do termo. Aqui, a palavra de outrem se apresenta não mais na qualidade de informações, indicações, regras, modelos, etc. - ela procura definir as próprias bases de nossa atitude ideológica em relação ao mundo e de nosso comportamento, ela surge aqui como a palavra autoritária e como a palavra interiormente persuasiva (Bakhtin, 2002, p. 142, [1930-1953]).

O vídeo é um interlocutor importante que fala sobre a defesa da Amazônia, dirigindo-se para um "você" genérico que há de ter em conta a necessidade da proteção. Poucos se oporiam a essa intenção, afinal, a ideia de que a "Amazônia é nossa" é compreendida por boa parte da população brasileira, conforme discutiu-se na primeira

seção do artigo (vale lembrar: ela é nossa e, também por isso, era passível de exploração). Nesses segundos iniciais, o convencimento que se dá pelo questionamento e pelas imagens busca, justamente, formatar um posicionamento ideológico do sujeito que o assiste. A construção discursiva envolve, então, o espectador, deixando claro que “[...] a palavra internamente persuasiva é metade nossa, metade de outrem. Sua produtividade criativa consiste em que ela desperta nosso pensamento e nossa nova palavra autônoma, em que ela organiza de nosso interior as massas de nossas palavras [...]” (Bakhtin, 2002 [1930-1953], pp. 145-146).

Na sequência, a narradora questiona se nós saberíamos como evitar as queimadas e, no mesmo contexto, cuidar dos 23 milhões de brasileiros que vivem na região - (informação repetida de modo textual) (Fig. 2; Fig. 3).

Figura 2: Como evitar queimadas?



Fonte: BRASIL. Ministério do Meio Ambiente e Mudança do Clima. *Lançamento Adote um Parque*. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=LKzhXzxf9HI>. Acesso: 23 maio 2025.

Dando sequência ao complexo questionamento apresentado na Figura 1, as Figuras 2 e 3 lançam outras perguntas que complementam o cuidado à Amazônia, o que parece envolver, segundo o vídeo, evitar as queimadas e cuidar dos 23 milhões de brasileiros que vivem na região.

Figura 3: Como cuidar dos 23 milhões

Fonte: BRASIL. Ministério do Meio Ambiente e Mudança do Clima. *Lançamento Adote um Parque*. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=LKzhXzxf9HI>. Acesso em: 23 maio 2025.

As questões colocadas vêm impregnadas por um aspecto ideológico que se deseja correto, referente à proteção ambiental e cuidados humanistas, assim também é a resposta para elas: é a “união de todos que lutam por um futuro sustentável” (Figura 4). Ou seja, o enunciado se apresenta “indiscutivelmente” ético, derivando daí uma aceitação de outrem. O domínio cognitivo (Francelino, 2021) encontra espaço e respaldo para se fixar, constituindo um bloco comunicativo coeso para aceitação do enunciado.

Nestes iniciais treze segundos de vídeo, o visível e o não dito se expõem a partir de um conjunto de elementos que identificam o que seja a Amazônia referida no vídeo. De alguma maneira, é a presunção da “persuasão da palavra” por parte de quem produz o discurso que capacita a nós, leitores e leitoras, a construção de uma Amazônia e não outra.

Observa-se a floresta na Figura 1, mas nas Figuras 2 e 3 adicionam-se outros participantes à “cena verde”. Para cuidar da Amazônia exige-se reconhecer “outro lado”, ou seja, não somente a floresta linda e exuberante, mas áreas arrasadas por queimadas (cuja informação não aparece nas imagens) e famílias que requerem o cuidado, que será reforçado logo adiante com a informação textual “comunidades carentes”.

Vale mencionar que nesse texto não se questiona a responsabilidade política do cuidado com a Amazônia. O suporte utilizado para criar um discurso que busca nos comprometer é um vídeo institucional governamental, a quem caberia, por suposto, a

responsabilidade com o território e as pessoas. Ao particularizar esse problema às pessoas que o assistem, há observância da transferência de uma responsabilidade, na qual o governo ficaria a cargo da “orientação e fiscalização”. Algo pernicioso considerando o aparato privatista da proposta.

Ainda na Figura 3, observa-se que ela identifica os 23 milhões de brasileiros da região que necessitam de cuidado. Tornar-se *não indiferente* a esse conteúdo envolve reconhecer que o vídeo se dirige a todos, com exceção daqueles e daquelas que estão representados nesta figura. De um lado da tela do monitor, há prestadores-espectadores de cuidado, de outro, há os recebedores desse cuidado.

Esse “cuidado necessário-construído” projeta sentidos da proteção não institucional, conforme dissemos. É o cuidado (ex)terno, este sim capaz de proteger e ajudar a Amazônia. Se a imagem não reforçasse o verbo audível e legível, a força de uma ideologia colonial talvez não fosse tão grande. Mas, é o complexo enunciado exposto nas figuras anteriores que não problematiza o usufruto por direito e por descendência à terra pela comunidade ribeirinha. Ao invés disso, este enunciado é signo de um discurso colonial. Vale lembrar Ferdinand (2022), ao condenar a distância entre a questão ambiental e a questão colonial, algo que, segundo o autor caribenho, a modernidade não só produz, mas também mantém. A formulação de Ferdinand cabe bem quando se analisa essa imagem. São as denominadas fraturas ambiental e colonial, impeditivos que nos distanciam da concepção do “navio-mundo”, construto teórico produzido com forte fundamento opositor ao navio negreiro ou à arca de Noé.

As figuras 4 a 7 também se ocupam em dar respostas à questão apresentada no início do vídeo (“Você sabe como proteger a Amazônia?”). Enquanto o texto reafirma que a resposta está na união de todos que lutam por um futuro sustentável, as imagens se alternam com uma única inscrição: “comunidades **CARENTES**”, afirmando essa condição às pessoas representadas.

Não se define o que seja “carente” ou o que sejam “comunidades carentes”. A construção discursiva da sequência não identifica a sociodiversidade como forma de vida/viver orgânica e socioculturalmente vinculada à floresta. Na verdade, a coloca como

desigual e dependente de “um outro”. São os elementos verbais, visuais e sonoros que produzem a *condição* que se deseja enfatizar carente. A narração não pode ser menosprezada na mobilização do sentido, afinal, é a narradora quem dá a resposta ao questionamento feito no momento anterior do filme, ou seja, a união de todos que lutam por um futuro sustentável e que estejam ou tenham condições de ajudar as comunidades carentes representadas nas imagens.

Figura 4: Comunidades Carentes



Fonte: BRASIL. Ministério do Meio Ambiente e Mudança do Clima. *Lançamento Adote um Parque*. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=LKzhXzxf9HI>. Acesso em: 23 maio 2025.

Figura 5: Comunidades Carentes



Fonte: BRASIL. Ministério do Meio Ambiente e Mudança do Clima. *Lançamento Adote um Parque*. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=LKzhXzxf9HI>. Acesso em: 23 maio 2025.

Da Figura 4 até a Figura 7 percebe-se um padrão na representação das pessoas dessa vasta e diversa região. Há o preparo da massa de mandioca, há o trabalho com a

enxada, há o transporte de mantimentos em um barco. Trata-se de cotidianos ribeirinhos que incorporam o adjetivo “carentes” em antítese à “suposta realidade não carente”. Vejamos que não houve demonstração de fome, doença, precariedade, essas, sim, faces da desigualdade que subalterniza a vida. Nossa compreensão acerca da carência nas “comunidades carentes” só é possível porque “conhecemos” o que não é carente: a realidade ancorada no consumismo e na felicidade associada à posse de bens.

Figura 6: Comunidades Carentes



Fonte: BRASIL. Ministério do Meio Ambiente e Mudança do Clima. *Lançamento Adote um Parque*. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=LKzhXzxf9HI>. Acesso em 23 de maio de 2025.

Figura 7: Comunidades Carentes



Fonte: BRASIL. Ministério do Meio Ambiente e Mudança do Clima. *Lançamento Adote um Parque*. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=LKzhXzxf9HI>. Acesso em: 23 maio 2025.

Nas figuras acima, a carência é construída e o signo completa seu sentido a partir de nossa leitura. É o signo “carência” complementado com as imagens de personagens com roupas simples, expressões e fisionomias indígenas, peles escuras, fenótipos caboclos. É a carência construída a partir do contraste com um outro que é supostamente desenvolvido. Loureiro (2012) complementa essa ideia:

Mas, além de o progresso ter-se convertido em expressão e em conceito equivalente de desenvolvimento material e de consumo individual crescentes, essa forma de desenvolvimento que procura imitar o dos países hegemônicos se apresenta para governantes, elites e amplos segmentos das sociedades ocidentais como a única via possível de alcançar o bem-estar social, o que, por sua vez, só a sociedade de consumo pode propiciar. A situação, portanto, é de uma circularidade tal que, para muitos, não há saída possível (Loureiro, 2012, p. 528).

É na “leitura” deste vídeo-propaganda que se expressa a multifacialidade sígnica, afinal, é a partir deste enunciado que outro enunciado se produz e transgrede o sentido do primeiro. É notável o quanto um vídeo que potencialmente “encanta” pode apresentar um sentido oposto ao do encantamento, a depender dos diferentes fatores que colaboram com o seu (só suposto) acabamento. Ao ser caracterizado como signo, o vídeo é parte do jogo ideológico na cena político-social-ambiental brasileira e faz despontar a contradição do discurso. Na sequência, após demonstrar o nome do programa, junto do seu logotipo comercial há a explanação rápida e pouco conclusiva do que vem a ser o programa “Adote um Parque”. A música de fundo, até então mantida num ritmo suave com piano e cordas, ganha energia da percussão e um ritmo acelerado. Seguem-se uma série de imagens, mas, devido ao limite de espaço, serão apresentadas somente três delas (Figs. 8; 9; 10).

O discurso que será construído a partir de então soa como algo inovador e solucionador do problema identificado no vídeo e que reconhecemos como sendo a ajuda à Amazônia. Implicitamente, a constituição didática entre imagem-texto-som dá o tom de que basta a boa vontade, recursos financeiros de parceiros engajados e ciência. As figuras 8, 9 e 10 são os signos que identificam essa finalidade.

Explica-se que a orientação e a fiscalização serão por conta do Governo Federal. É preciso, então, se distanciar da floresta e adentrar um espaço-tempo técnico-científico que,

por sua vez, será fundamental para complementar o ideário de proteção da Amazônia e das pessoas carentes.

Figura 8: Reflorestamento e estrutura



Fonte: BRASIL. Ministério do Meio Ambiente e Mudança do Clima. *Lançamento Adote um Parque*. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=LKzhXzxf9HI>. Acesso: 23 maio 2025.

Figura 9: Reflorestamento e estrutura



Fonte: BRASIL. Ministério do Meio Ambiente e Mudança do Clima. *Lançamento Adote um Parque*. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=LKzhXzxf9HI>. Acesso 23 maio de 2025.

As imagens deste momento do vídeo até o final demonstram a solução ou parte da resposta à pergunta inicial. Identificam-se pessoas que, mesmo compartilhando de um provável espaço-tempo florestal, estão em contraposição aos "carentes": é o sujeito branco que possui conhecimento (e talvez recurso) para reflorestar, é a mulher branca que detém conhecimento para pesquisar e é o sujeito branco que trabalha com o computador.

Figura: 10: Reflorestamento e estrutura



Fonte: BRASIL. Ministério do Meio Ambiente e Mudança do Clima. *Lançamento Adote um Parque.*

Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=LKzhXzxf9HI>. Acesso em: 23 maio 2025.

Essas imagens são acompanhadas pela inserção textual das palavras “reflorestamento” e “estrutura”. A palavra “reflorestamento” (Figura 8) acompanha a imagem de um homem que retira mudas no chão da floresta, numa evidente ambiguidade com a ideia de reflorestar, que implicaria em plantar mudas e não as retirar.

A narração explícita “a aplicação de recursos na aquisição de bens e serviços” o que poderia ser entendido como uma referência à potência na aquisição de novas substâncias ocultas na biodiversidade (as mudas que o homem retira do chão da floresta), ou mesmo em uso pelas “comunidades carentes” e apenas à espera de uma patente por um laboratório farmacêutico?

A imagem seguinte é de uma mulher em procedimentos laboratoriais com vidrarias tipicamente químicos/bioquímicos (Figura 9), acompanhada do texto “estrutura”. Remete-se à prospecção de fármacos, cujas promessas de cura aos males da humanidade são anunciadas, havendo, inclusive, diversas patentes geradas, mas cujo retorno às comunidades tradicionais (no texto, descritas como “carentes”) que os utilizavam é próximo de nulo - quando não negativo.

Encaminhando o texto para as considerações finais, é importante destacar que a intenção da pesquisa foi contrapor o discurso viabilizado para o grande público como propaganda, a partir das lentes de análise bakhtinianas. Dessa forma, objetivou-se produzir uma interpretação atenta para a não indiferença em relação aos múltiplos fatores que nos

inquietação, seja a educação ambiental, as reflexões em torno da Amazônia brasileira, o governo brasileiro etc. É na subjetividade interdiscursiva, nesse caso, algo posto pela leitura do discurso verbo-visual a partir da (nossa) perspectiva teórica que outros sentidos se expressam. Contrapomos a leitura “proeminente” para outro lugar interpretativo, realmente necessário nos trabalhos de educação ambiental.

Considerações finais

Apesar do curto tempo de vídeo, entende-se que ele projeta uma interessante e rica arena discursiva, pois materializa, por meio de textos-imagens-sons, acirradas disputas do plano político-econômico-socioambiental pela linguagem. Fala-se em proteção de florestas, em cuidados assistenciais, em ciência e tecnologia, em um vídeo muito curto. A riqueza, ao nosso ver, é a exploração de aspectos silenciados a partir do que foi dito/visto. Em outras palavras, enquanto mostra a necessidade da proteção da floresta, dos cuidados ao outro, da importância da ciência etc., silencia a relação política complexa desses elementos na cena amazônica.

É notório o grande potencial de ensino e de aprendizagem sobre temas ambientais, mesmo para a educação ambiental, possibilitado pelo vídeo-propaganda. Trouxemos isso, mas vale repetir: as imagens não falam por si. Ao contrário, como signos, estão ancoradas nas realidades materiais e sócio-históricas, sendo reguladas pelas dinâmicas sociais. Essa é mais uma razão para que a linguagem visual e verbo-visual estejam em sala de aula.

Tentamos mostrar que a ideologia é uma propriedade de todo signo. No caso do vídeo analisado, observa-se uma clara propensão a um entendimento de desenvolvimento econômico e lucro, sem que se tenha dito, em nenhum momento, que se pretende explorar a região.

Referências

ALTHUSSER, Louis. **Ideologia e Aparelhos Ideológicos do Estado**: Notas para uma investigação. 1ª Ed. Tradução: Joaquim José de Moura Ramos. Editorial Presença/Martins Fontes, 1980.

BAKHTIN, Mikhail Mikhailovich. Os gêneros do discurso. In: _____. **Estética da criação verbal**. Tradução de Paulo Bezerra. 5. ed. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2010 [1952-

1953]. pp. 261-306.

BAKHTIN, Mikhail Mikhailovich. **Questões de literatura e estética: a teoria do romance**. 5. ed. São Paulo: Hucitec; Annablume, 2002. [1930-1953].

BARROS, Antônio Teixeira de. Discursos parlamentares sobre a Amazônia: sobre o que falam os deputados brasileiros. **Política & Sociedade** - Florianópolis - Vol. 19 - Nº 46 - Set./Dez. De 2020. DOI: <https://doi.org/10.5007/2175-7984.2020.e66962>. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/politica/article/view/66962>. Acesso em: 23 mar. 2026.

BRAIT, Beth. Olhar e ler: verbo-visualidade em perspectiva dialógica. **Bakhtiniana. Revista De Estudos Do Discurso**, v. 8, n. 2, p. 43-46, 2013. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/bak/a/RjflWT8xz63JrBKXhyw3ZRq/>. Acesso em: 04 jun. 2024.

BRASIL. Decreto nº 10.623, de 9 de fevereiro de 2021. Institui o Programa Adote um Parque. **Diário Oficial da União: seção 1**, Brasília, DF, ano 158, n. 28, p. 3, 10 fev. 2021. Disponível em: <https://www.in.gov.br/en/web/dou/-/decreto-n-10.623-de-9-de-fevereiro-de-2021-302203601>. Acesso em: 26 maio 2025.

BRASIL. Instituto Chico Mendes de Conservação da Biodiversidade (ICMBio). **ICMBio suspende editais do Adote um Parque**. ICMBio, 7 jun. 2023. Disponível em: <https://www.gov.br/icmbio/pt-br/assuntos/noticias/ultimas-noticias/icmbio-suspende-editais-do-adote-um-parque>. Acesso em: 22 maio 2025.

BENTES, Rosineide Bentes. A intervenção do ambientalismo internacional na Amazônia. **Estudos Avançados**, São Paulo, v. 19, n. 54, p. 225–240, maio 2005. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/S0103-40142005000200013>. Acesso em: 14 mar. 2026.

CARDIM, Raul. **Arqueologia do desastre**. Quatro Cinco Um, São Paulo, 5 jan. 2023. Disponível em: <https://www.quatrocincoum.com.br/artigos/meio-ambiente/arqueologia-do-desastre>. Acesso em: 22 maio 2025.

DIAMOND, Jared Mason. **Armas, germes e aço: os destinos das sociedades**. 15. ed. Tradução de Silvia de Souza Costa, Cynthia Cortes e Paulo Soares. Rio de Janeiro: Record, 2013.

FRANCELINO, Pedro Farias. No(s) (des/re)encontro(s) das vozes, a construção dialógica da polêmica em enunciados de temática político-religiosa. **Bakhtiniana. Revista De Estudos Do Discurso**, v. 16, n. 2, p. 200–220, 2021. Disponível em: <https://revistas.pucsp.br/index.php/bakhtiniana/article/view/48687>. Acesso em: 04 jun. 2024.

FREIRE, Paulo. **Educação Como Prática da Liberdade**. Rio de Janeiro: Ed. Paz e Terra, 1967.

LOUREIRO, Violeta Refkalefsky. A Amazônia no século 21: novas formas de desenvolvimento. **Revista Direito GV**, São Paulo, v. 8, n. 2, p. 527–552, jul./dez. 2012.

LOUREIRO, Violeta Refkalefsky. Amazônia: uma história de perdas e danos, um futuro a (re)construir. **Estudos Avançados**, São Paulo, v. 16, n. 45, p. 107–121, ago. 2002. Disponível

em: <https://doi.org/10.1590/S0103-40142002000200008>. Acesso em: 5 mar. 2026.

MORSON, Gary Saul; EMERSON, Caryl. **Mikhail Bakhtin: criação de uma prosaística**. Tradução de Antonio de Pádua Danesi. São Paulo: Edusp, 2008.

QUEIROZ, Adolpho Queiroz; CARRILHO, Karla Carrilho. Propaganda política e totalitarismo. **Comunicação & Informação**, Goiânia, Goiás, v. 15, n.2, p. 97-115, 2013. DOI: 10.5216/c&i.v15i2.24572. Disponível em: <https://revistas.ufg.br/ci/article/view/24572>. Acesso em: 3 jun. 2024.

WEBER, Maria Helena. **Comunicação e espetáculos da política**. Porto Alegre: Ed. Universidade/UFRGS, 2000.

WENZEL, Fernanda. **“A Amazônia já era!”: como a imprensa glorificou a destruição da floresta na ditadura militar**. O Eco, 4 out. 2020. Disponível em: <https://oeco.org.br/reportagens/a-amazonia-ja-era-como-a-imprensa-glorificou-a-destruicao-da-floresta-na-ditadura-militar/>. Acesso em: 22 maio 2025.

Submetido em: 26-05-2025

Publicado em: 10-04-2026