

Análise do ecossistema de informações do setor pesqueiro em Manaus e Manacapuru, no Estado do Amazonas

BRASIL - OUTUBRO - 2023



EQUIPE

Roberta Amaral de Andrade - Coordenadora de pesquisa
Samuel Simões Neto - Coordenador de campo
Ailton Dias - Assessor metodológico
Pablo Galeão - Consultor de gerenciamento de informações
Thiago Araújo - Assessor de Comunicação
Cléo Santos - Consultor de logística
Hugo Aguiar - Consultor financeiro
Antonio Reis Rendeiro - Condutor

Agentes de Pesquisa - Questionários Manacapuru

Caio Lincoln Lima de Freitas
Stefanny Pessoa
Willem Henrique Castro Ferreira

Manaus

Francimara Gomes de Araújo
Gabriel dos Santos Torres
Gisele Pegado
Katrine Batista Ribeiro
Leonardo Bruno Abreu Barros Glória
Maria Isabelle Ferreira de Oliveira
William Daniel Negreiros de Oliveira

Agentes de pesquisa - Entrevistas e conversas

Manoel Inácio de Oliveira
Octavio Ferreira de Matos

Equipe da Internews e Coordenação Metodológica

Sigrid Vasconez Davidsson
Victoria Dangond Peralta
Bryan Chrystian da Costa Araújo
Diana Lucia Arguello Ruiz

Designer

Emilia López León
Dania Hermida

Este estudo é possível graças ao generoso apoio do povo dos Estados Unidos através da Agência dos Estados Unidos para o Desenvolvimento Internacional (USAID). O conteúdo é de responsabilidade do Instituto Internacional de Educação do Brasil (IEB) e Internews, e não reflete necessariamente as opiniões da WCS, USAID ou do Governo dos Estados Unidos.

LISTA DE ACRÔNIMOS

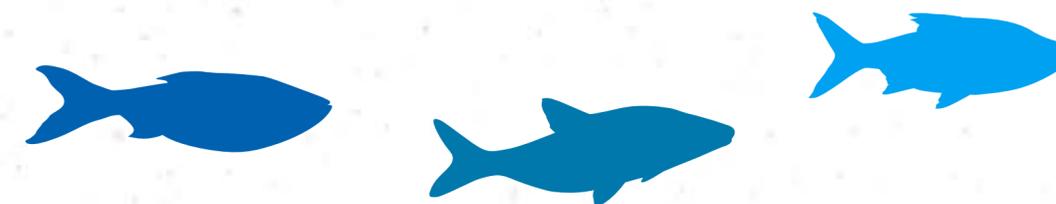
AEI	Análise do Ecossistema de Informações	SECOM-AM	Secretaria de Estado de Comunicação Social do Amazonas
ANATEL	Agência Nacional de Telecomunicações	SEMA-AM	Secretaria de Estado de Meio Ambiente do Amazonas
ASCOM	Assessoria de Comunicação	SEMPA-MPU	Departamento Municipal de Pesca de Manacapuru
CONAB	Companhia Nacional de Abastecimento	SEMPRA-MPU	Secretaria Municipal de Produção Rural e Abastecimento de Manacapuru
CONEPA	Conselho Estadual de Pesca e Aquicultura	SEPA	Secretaria de Estado da Pesca e Aquicultura do Amazonas
FAO	Organização das Nações Unidas para Agricultura e Alimentação	SEPROR-AM	Secretaria de Estado de Produção Rural do Amazonas do Amazonas
GT	Grupo de Trabalho	SES-AM	Secretaria de Estado de Saúde do Amazonas
IBAMA	Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis	SINDARP	Sindicato dos Armadores, Pescadores e Proprietários de Barco de Pesca do Amazonas
IDAM	Instituto de Desenvolvimento Agropecuário e Florestal Sustentável do Estado do Amazonas	SINDIPESCA	Sindicato de Pescadores do Estado do Amazonas
IDSMM	Instituto Mamirauá de Desenvolvimento Sustentável	SSP-AM	Secretaria de Segurança Pública do Estado do Amazonas
IEB	Instituto Internacional de Educação no Brasil	STF	Supremo Tribunal Federal
IFAM	Instituto Federal do Amazonas	UCs	Unidades de Conservação
IPAAM	Instituto de Proteção Ambiental do Amazonas	UEA	Universidade do Estado do Amazonas
ISA	Instituto Socioambiental	UFAM	Universidade Federal do Amazonas
IVC	Instituto Verificador de Comunicação	UNIPESCA	Associação de Pescadores e Pescadoras Artesanais, Agricultores e Agricultores Familiares do Município de Manacapuru
MPPF	Ministério Público Federal	WCS	Wildlife Conservation Society - Sociedade de Conservação da Vida Selvagem
MPU	Município de Manacapuru	WWF	World Wildlife Fund - Fundo Mundial para a Natureza
ONG	Organização Não Governamental		
PNUD	Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento		
RMM	Região Metropolitana de Manaus		
SEAD-AM	Secretaria de Estado de Administração e Gestão do Amazonas		

ÍNDICE

1. Resumo executivo	4
1.1 Introdução	5
1.2 Principais achados	6
1.3 Recomendações	10
2. Contexto	14
2.1 Metodologia	18
2.2 Dados demográficos	19
3. Análise do ecossistema de informações	21
3.1 Oferta informativa: escassez de informações locais em Manaus e Manacapuru	22
3.1.1 O conteúdo sobre pesca local	23
3.1.2 O consumo de mídia tradicional	24
3.2 Barreiras ao acesso à informação	28
3.2.1 Acesso à tecnologia, conectividade e alfabetização	28
3.2.2 Tecnologia e atividades ilegais	30
3.2.3 Aplicativos de mensagens, redes sociais e confiança	31
3.2.4 Desinformação sobre o setor pesqueiro e público	35
3.2.5 Casos de desinformação que impactaram o setor	37

3.3 Oportunidades de comunicação para conservação	40
3.3.1 O “boca a boca”, um meio de comunicação eficaz no setor	40
3.3.2 Reuniões presenciais e troca de informações	43
3.3.3 Uso de rádio amador e radiotelefonia	44
3.3.4 Fortalecimento das redes e da comunicação organizacional	45
3.3.5 Informações para o consumo responsável	47
3.3.6 Abordagens para informações sobre a produção pesqueira	49

4. Bibliografia	51
------------------------	-----------



1.

RESUM O EXECUTIVO

1.1 INTRODUÇÃO

A informação e a comunicação são essenciais para qualquer esforço de conservação. **No Amazonas, Estado localizado no norte do Brasil, cerca de 200 mil pessoas trabalham no setor pesqueiro** ao longo de toda a cadeia, sendo os pescadores artesanais a categoria mais importante em termos de produção e de abastecimento de mercados consumidores regionais, como os municípios de Manaus e Manacapuru. **O Amazonas também é o centro das atividades de pesca ilegal e predatória e da captura e comercialização de quelônios - tartarugas ou "bichos de casco" - na Amazônia brasileira.**



Nesse contexto, a **Internews**, pelo **Programa Conservando Juntos**, juntamente com o **Instituto Internacional de Educação do Brasil (IEB)**, analisou o ecossistema de informação do setor pesqueiro em Manaus e Manacapuru, dando especial atenção aos canais, fluxos e meios de comunicação utilizados pelos atores desse setor. O estudo também investigou o comportamento dos indivíduos em relação às informações em geral e às informações relação à pesca.

A Análise do Ecossistema de Informação (AEI) usou uma combinação de métodos de pesquisa quantitativos e qualitativos para obter uma imagem do ecossistema de informações em três públicos: **pescadores**

e pescadoras, intermediários e consumidores de peixe que frequentam os portos e mercados de pescado. As atividades de pesquisa foram realizadas entre **abril e agosto de 2023.**

As principais conclusões e recomendações são apresentadas a seguir, com o objetivo de contribuir para a elaboração de estratégias de comunicação sobre conservação e sustentabilidade e mitigação das atividades de pesca ilegal no setor.

1.2 PRINCIPAIS ACHADOS

1. A falta de informações sobre saúde e políticas pública estimula a pesca ilegal



O setor da pesca não está imune ao fenômeno da desinformação e da disseminação de notícias falsas. **Foram identificadas ao menos duas tendências de desinformação no período analisado. Uma associava o setor pesqueiro a problemas de saúde pública**, como a “doença da urina preta” e a contaminação de peixes por mercúrio. **Em outra linha, a desinformação estava relacionada a políticas públicas para o setor**, como a desinformação sobre a liberação do pagamento do seguro defeso para anos em que o pagamento não foi feito, ou como a “Lei do Tucunaré” impactaria a vida dos pescadores artesanais.

Por isso, consideramos que a redução do consumo de espécies de peixes que teriam risco à saúde, bem como a falta de clareza sobre o pagamento do seguro defeso desestimulam os esforços de conservação.

2. Desinformação gera desconfiância contra ONGs e organizações de pesquisa na região



Enquanto nas áreas **urbanas apenas 11% dos entrevistados afirmam que não sabem o que são notícias falsas ou desinformação**, esse índice sobe para **28% nas áreas rurais**. Os pescadores costeiros e rurais veem as ONGs com ceticismo, pois atribuem a elas a responsabilidade de disseminar informações sobre questões de saúde que afetam o comércio de peixes.

ENTREVISTADOS AFIRMAM QUE NÃO SABEM O QUE SÃO NOTÍCIAS FALSAS OU DESINFORMAÇÃO

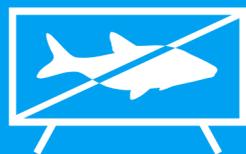
11% NAS ÁREAS URBANAS

28% NAS ÁREAS RURAIS



TOM FISK

3. Televisão local tem alta audiência, mas baixo volume e profundidade do conteúdo regional sobre pesca



De acordo com as pesquisas realizadas, **86,97% dos entrevistados** – entre consumidores de pescado, corretores e pescadores - **afirmaram que assistem televisão regularmente. No entanto, o conteúdo disponível na televisão aberta consiste principalmente em conteúdo nacional produzido no sudeste do país – especialmente Rio de Janeiro e São Paulo. Os dois canais mais assistidos pelo público entrevistado são Rede Amazônica (afiliada Globo) que é assistida por 67%, e a Record, que é assistida por 23%.**

Constata-se que ainda é baixa, em comparação ao conteúdo de rede, a veiculação de material informativo sobre a realidade das comunidades locais, além do fato de que o **jornalismo local raramente aborda questões relacionadas à pesca e à captura de quelônios na região.**

Segundo a pesquisa, **40,79% dos consumidores disseram que "com alguma frequência"** recebem informações sobre pesca e peixes. Por isso, **a oferta de conteúdo local sobre a pesca nos canais de televisão do Amazonas é considerada escassa e sua cobertura, em boa medida, acaba reproduzindo conteúdo nacional, regional ou governamental.** As notícias locais mostram uma baixa diversidade de tópicos, vozes e ausência de questões relacionadas à pesca, não atendendo assim as necessidades informacionais específicas sobre o setor. **Quando o tema da pesca é abordado, o conteúdo da mídia televisiva local acaba sendo veiculado de forma superficial, generalista e sensacionalista, com baixa participação de fontes de informação locais.**

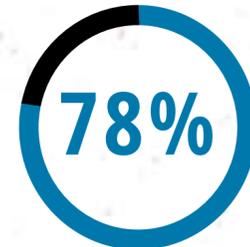
A pesquisa também levantou os temas que os pescadores gostariam de ter mais informações na mídia local. Entre os que receberam maior volume de citações, estão:

- Relação entre o consumo de peixe e a saúde
- Período de defeso e proibição da pesca de espécies
- Meio ambiente e a estação de chuvas e enchentes na Amazônia
- Atividades ilegais, crime e controle

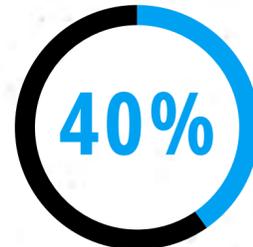
4. Barreiras às informações são educacionais, econômicas e relacionadas à segurança



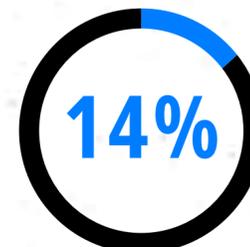
Analfabetismo - Entre os pescadores pesquisados, **78% não concluíram o ensino médio, 40% têm ensino fundamental incompleto e 14% se declaram analfabetos.** Há uma preferência por conteúdo que não exija leitura e escrita, como notícias em áudio veiculadas em rádios locais, canais de televisão ou por meio de redes sociais, como o aplicativo de mensagens WhatsApp.



NÃO CONCLUÍRAM O ENSINO MÉDIO



ENSINO FUNDAMENTAL INCOMPLETO

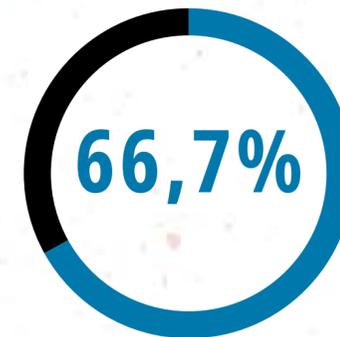


ANALFABETOS

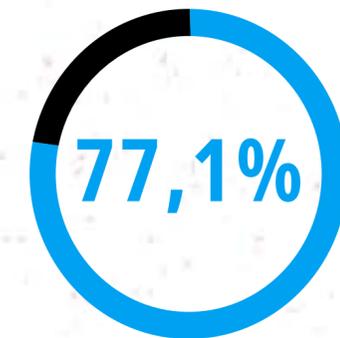
Barreiras econômicas - Em Manaus e Manacapuru, a maior fatia (**66,7%**) do consumo de Internet é baseada principalmente em planos de dados de telefones celulares. Entretanto, seu alcance e cobertura nem sempre são garantidos, por conta das falhas de sinal.

Outra opção de Internet presente em alguns mercados, portos e navios é a Internet via satélite. No entanto, esta é mais restrita, uma vez que a assinatura do serviço é feita exclusivamente por cartão de crédito, que nem todos os moradores possuem.

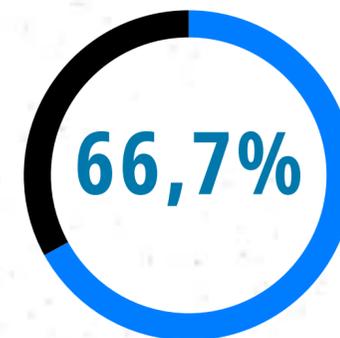
Com isso, ocorreu um movimento de “terceirização” dos serviços, com uma modalidade semelhante aos chamados atravessadores, onde um portador de cartão de crédito adquire o serviço e o oferece a outros, obtendo lucros pela comercialização. **De forma direta ou terceirizada, em Manaus, 77,71% dos entrevistados disseram ter acesso a redes Wi-Fi, enquanto em Manacapuru, o índice foi de 68,41%.**



CONSUMO DE INTERNET É BASEADA PRINCIPALMENTE EM PLANOS DE DADOS DE TELEFONES CELULARES



ACESSO A REDES WI-FI EM MANAUS



ACESSO A REDES WI-FI EM MANACAPURU

Operações de combate a crimes - Para coibir o crime organizado, o tráfico de drogas e as atividades de mineração ilegal, são executadas operações de segurança pelas autoridades locais que, segundo os entrevistados, incluiriam a suspensão esporádica dos serviços de telecomunicações em determinadas áreas da região. **No entanto, de acordo com os entrevistados, essas medidas afetam indiscriminadamente a população, impedindo que as comunidades locais tenham acesso total à Internet.**

5. Comunicação pública



Os órgãos públicos têm assessorias de imprensa que divulgam informações relevantes para pescadores, consumidores e intermediários de forma técnica. **As instituições de ensino e pesquisa são importantes como fontes de informação e acesso a redes mais técnicas, mas não têm estratégias de comunicação diferenciadas para os diferentes públicos-alvo de suas atividades.**

Embora esses atores precisem coletar dados socioeconômicos, estatísticas de monitoramento da pesca, desembarques e preços para a tomada de decisões e a formulação de políticas, **as estratégias adotadas com base em aplicativos móveis para essa coleta de informações não são as mais adequadas**, não correspondem às capacidades de acesso e consumo dos pescadores e carecem de mecanismos de retorno e diálogo para gerar confiança em ações futuras.

6. Comunicação direta



A comunicação e a troca direta de informações, conhecido como "cara a cara" entre as pessoas foram consideradas muito relevantes no setor pesqueiro como um todo, sendo relatada por 63% dos entrevistados como o principal meio de receber, compartilhar ou buscar informações sobre a pesca.

Os líderes das comunidades e das associações e organizações de pescadores, nesse sentido, são as principais fontes de informação. **A formação da opinião pública no setor pesqueiro** sobre questões sensíveis, como a pesca ilegal e predatória, a inspeção, o gerenciamento da pesca, a governança do setor e as políticas públicas, **dependem muito do "boca a boca".**

Essa comunicação direta e o compartilhamento de informações são reforçados pelo uso do WhatsApp, que permite o envio de mensagens de áudio e vídeo, aumentando os níveis de confiança, superando as barreiras da distância e de alfabetização.



KUNTAL BISWAS

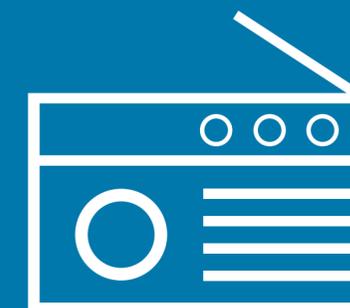
1.3 RECOMENDAÇÕES

1. Aumentar a produção de histórias das comunidades do setor pesqueiro na imprensa local



Embora o setor pesqueiro tenha um alto índice de consumo de televisão, os canais acessados por essas comunidades transmitem conteúdo nacional e trazem poucas histórias sobre as realidades locais e a pesca. Da mesma forma, os portais de notícias estaduais só publicam notícias sobre o setor pesqueiro que tenham sido produzidas por agências de mídia do governo ou transmitem cobertura sensacionalista associada a crises de saúde e pesca. **Nesse sentido, é necessário fornecer insumos para que essas redações possam produzir informações locais sobre o setor para divulgação em Manaus e Manacapuru.**

2. Fortalecer a disseminação de informações nas rádios locais, especialmente nas áreas rurais



O rádio é uma das principais fontes de informação para as comunidades que dependem economicamente da pesca nas áreas rurais investigadas, principalmente devido ao baixo grau de instrução dos pescadores, que são o público que mais utiliza esse meio de comunicação. Por ser uma das mídias mais acessíveis, rompendo limites de alfabetização e acesso à sinal de telefonia ou Internet, **é necessário fortalecer a divulgação de informações sobre a pesca por meio de rádios locais e até mesmo da radiotelefonia, que são mais acessíveis às comunidades.**

3. Priorizar comunicação por áudio nas mídias sociais, especialmente no WhatsApp



O WhatsApp foi identificado como um dos aplicativos de mensagens mais usados para trocar informações sobre o setor pesqueiro, especialmente considerando a facilidade de interagir com mais de uma pessoa ao mesmo tempo por meio de grupos, além do relativo baixo custo dos planos de dados para acessar a Internet. **Adicionalmente, devido à baixa taxa de alfabetização, as estratégias de divulgação de notícias nessas redes devem considerar o envio de mensagens de áudio para facilitar o acesso das pessoas a essas informações.**

4. Promover o fortalecimento da comunicação bidirecional, local e independente



Os trabalhadores do setor pesqueiro trabalham em constante diálogo com as organizações e associações locais de pesca que organizam a cadeia local e trocam informações entre atores de órgãos governamentais, do terceiro setor e líderes comunitários.

Nesse sentido, é fundamental apoiar e promover a criação e o fortalecimento dos departamentos de comunicação dessas organizações para que possam divulgar informações de forma responsável, acessível e de qualidade para as diferentes camadas que fazem parte desse setor.

É essencial que as organizações do setor de pesca tenham oportunidades de feedback e diálogo constante com os pescadores para que eles possam levantar dúvidas, necessidades e dificuldades no acesso às informações. Essa comunicação bidirecional pode minimizar a desinformação e levar à criação de políticas públicas mais ajustadas à realidade local.

5. Viabilizar e reforçar processos de comunicação oral e presencial nas comunidades



É necessário construir políticas integradas com as comunidades e para as comunidades. **Nesse sentido, a experiência das pessoas envolvidas no setor pesqueiro sobre as formas mais viáveis e utilizadas de acesso à informação deve ser considerada na proposição de campanhas de comunicação sobre pesca e captura de quelônios.**

Rádios comunitárias, mensagens de voz via WhatsApp e reuniões presenciais são canais essenciais para esse fim e já são utilizados nessas comunidades, mas ainda requerem maior participação e comprometimento das autoridades nesses meios.

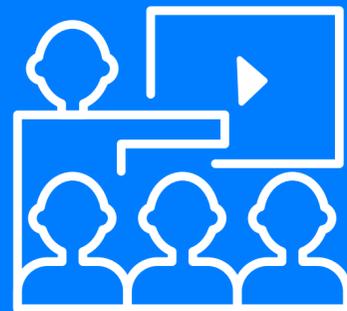
6. Promoção de treinamentos de comunicadores locais e formação contra desinformação



A desinformação é um problema que também causa impacto socioeconômico no setor pesqueiro, associando algumas espécies a problemas de saúde pública ou gerando dúvidas entre profissionais sobre o acesso a políticas públicas.

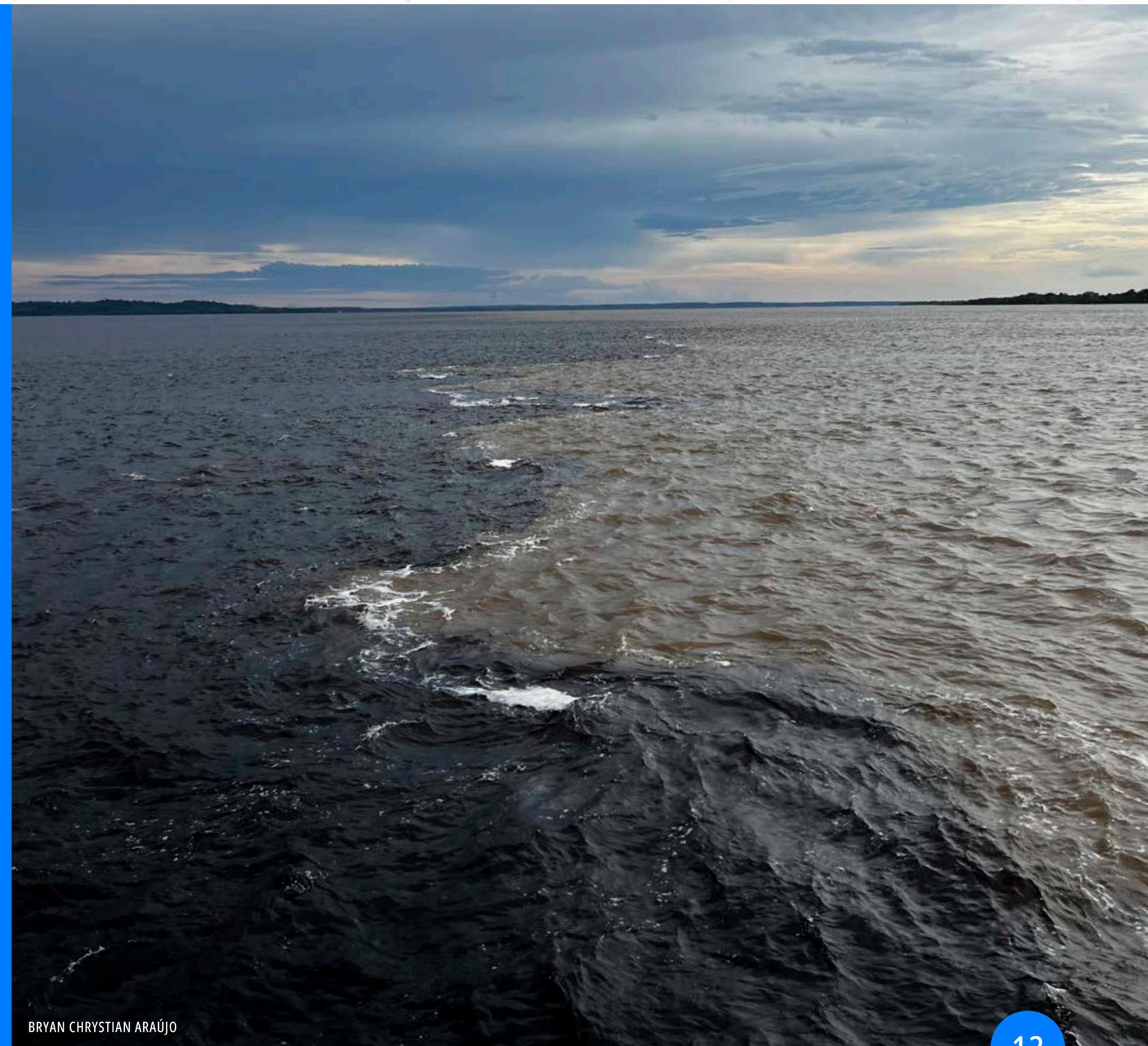
Muitas dessas tendências de desinformação circulam pelas redes sociais, como o WhatsApp. **Portanto, é importante que os principais atores que trabalham nas comunidades sejam treinados sobre fontes seguras de acesso à informação** e o melhor tratamento para responder à desinformação, a fim de oferecer liderança e orientação responsável às pessoas do setor.

7. Divulgação científica mais acessível, responsável e com profundidade



É importante que o meio acadêmico e as instituições reconheçam não apenas o canal de distribuição de informações adequado, mas também os formatos e o conteúdo apropriado para atingir o público.

No caso da disseminação científica para a comunidade pesqueira, será necessário pensar em formatos audiovisuais de curta duração e de baixo uso de dados, gerando maior facilidade de distribuição. No caso dos jornalistas locais, **será importante abordá-los com informações claras e concisas que lhes permitam divulgar os dados da pesquisa, priorizando a responsabilidade e orientação na comunicação**, indo além da superficialidade característica do mero sensacionalismo.



2. CONTEXTO

LOCALIZAÇÃO MANAUS E MANACAPURU



O setor pesqueiro - Com uma população de mais de 2 milhões de habitantes, a cidade de **Manaus é o principal mercado consumidor de peixe do Amazonas e um dos maiores do Brasil**. Em 2010, o consumo de peixe foi de cerca de 34 kg per capita por ano, bem acima da média nacional de 6 quilos per capita por ano (Gandra, 2010).

O município de Manacapuru faz parte da Região Metropolitana de Manaus (RMM) e fica distante quase 100 quilômetros da capital por via terrestre. **Atualmente, tem mais de 100 mil habitantes e é o terceiro maior município do estado em termos de população**.

Com o crescimento da demanda por peixe, a piscicultura e a indústria de processamento de peixe ganharam importância na economia do município e a atividade pesqueira se ajustou às demandas da indústria (Gandra, 2010). O município é considerado o principal centro de desembarque pesqueiro da região do baixo rio Solimões e um dos principais mercados consumidores do estado devido ao seu alto potencial.

Tipos de pesca - Existem diferentes tipos de pesca que compõem o chamado "setor pesqueiro" no Amazonas, que envolve diretamente **368 mil pescadores e dezenas de milhares de embarcações pesqueiras, responsáveis por uma produção estimada de 166.477 toneladas de pescado por ano, que abastece os principais centros urbanos regionais (Matos, Lopes & Freitas, 2018)**.

A categoria de pescadores artesanais está no topo da cadeia produtiva da pesca. No entanto, é também a mais vulnerável aos problemas em termos de comunicação que afetam o setor, incluindo problemas de oferta e demanda de informações e a circulação de notícias falsas.

A diversidade do setor se reflete na variedade de organizações que representam os pescadores artesanais em Manaus e Manacapuru. **Além das tradicionais Colônias de Pescadores, há Associações de Pescadores, Sindicatos de Pescadores, Cooperativas, Federações e Confederações**. Essas organizações trabalham principalmente para credenciar os pescadores a terem acesso a benefícios sociais, como seguro-desemprego para os períodos de defeso e programas governamentais, como o Programa de Aquisição de Alimentos (PAA), além de outras iniciativas de assistência social.

Em contato direto com os pescadores estão os chamados armadores, os proprietários de embarcações, além dos corretores ou intermediários. Seu trabalho varia desde o financiamento de operações de pesca artesanal ou industrial até a distribuição do peixe para comerciantes, frigoríficos e cadeias de varejo.

Os comerciantes dos mercados populares e feiras são outro grupo importante do setor. Eles estão em contato direto com os consumidores e com o varejo de peixes. Estes se abastecem diretamente de pescadores, piscicultores, intermediários e frigoríficos. **Esse modelo de comercialização ocorre em 35 feiras e 8 mercados de Manaus e Manacapuru, com um total estimado de mais de 700 barracas de peixe** (SEMA-AM, 2023).



Proibição da pesca

O período de proibição da pesca ocorre anualmente durante a fase reprodutiva de algumas espécies de peixes na Amazônia. Durante esse intervalo de tempo, a prática da pesca dessas espécies é proibida para garantir o equilíbrio ambiental. Esse período é estabelecido por legislação específica que determina a proibição da pesca, do transporte e da comercialização das espécies listadas.



Atividades ribeirinhas legais e ilegais - Em muitas áreas ribeirinhas do interior do estado, as atividades de pesca ilegal, denunciadas pelos diversos elos da cadeia produtiva, estão conectadas a outras atividades ilegais e até mesmo ao crime organizado.

Situações de violência, como o assassinato do ativista indígena Bruno Pereira e do jornalista Dom Phillips (Faddul, 2022) e a atuação de "piratas" nos rios amazônicos, revelam a complexidade do setor e a estreita relação entre as diferentes redes de atores por onde circulam informações.

Devido à fraca estrutura de controle e inspeção pelas autoridades locais dos peixes vendidos no mercado, não é possível mensurar exatamente o impacto e a extensão da pesca ilegal e da captura de quelônios. Além disso, não há uma política clara em nível estadual ou federal para a produção de estatísticas de pesca ilegal.

Esse também é o cenário em que atuam as diversas organizações que representam os pescadores, as ONGs, as iniciativas locais de conservação e gestão da pesca, as universidades e os órgãos públicos ligados ao setor. Compreender essa complexidade de atores e interações é extremamente importante para que os problemas sejam enfrentados de forma eficaz, sem prejudicar os elos mais vulneráveis da cadeia.

Apesar das enormes lacunas de veiculação formal de informações sobre o setor pesqueiro e sua extensão, existe um ecossistema de informações com fluxos e canais de distribuição que são usados pelos diferentes atores que compõem esse setor na região. **A compreensão desse ecossistema de informações pode contribuir significativamente para aperfeiçoar a comunicação e, assim, também os esforços de conservação na região.**

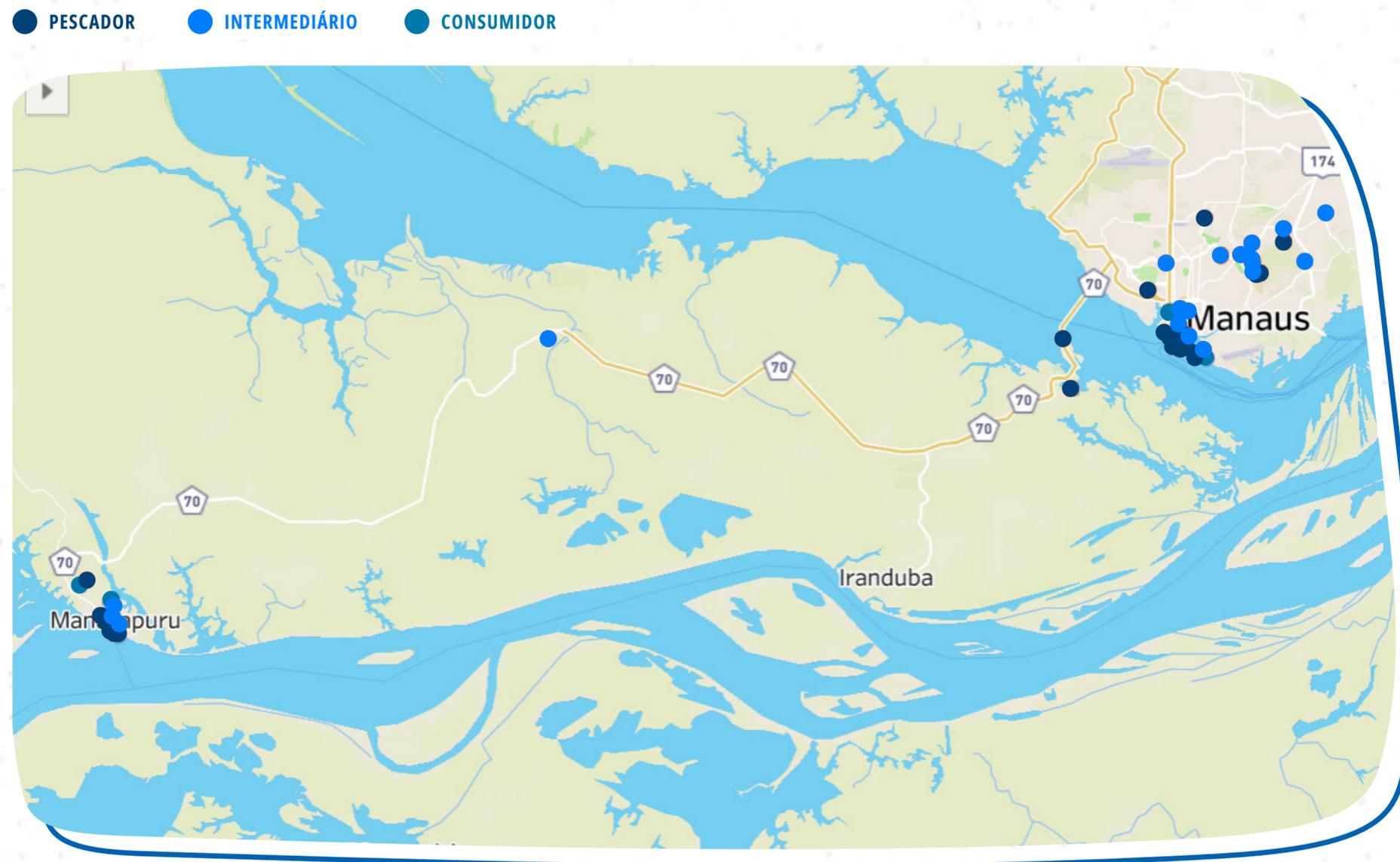


Figura 1: Mapa da Região Metropolitana de Manaus e geolocalização das entrevistas realizadas

2.1 METODOLOGIA

A Análise do Ecossistema de Informações (AEI) do setor pesqueiro em Manaus e Manacapuru foi realizada entre abril e agosto de 2023 com base na coleta de informações quantitativas e qualitativas, conforme detalhado abaixo.

No componente quantitativo do estudo, **10 (dez) pesquisadores das duas cidades participaram de atividades de formulação, orientação e treinamento para aplicar os questionários.** A pesquisa teve como ponto de partida os locais de desembarque pesqueiro de Manaus (Terminal Pesqueiro da Panair) e Manacapuru (Terminal Pesqueiro do Rio Figueira Raymundo Alcântara). **Foram aplicados um total de 806 questionários.**

Três métodos complementares foram usados para o componente qualitativo. O primeiro consistiu em entrevistas semiestruturadas com os principais atores do setor pesqueiro, a saber: órgãos governamentais (locais e estaduais); sociedade civil (organizações não governamentais e órgãos representativos de classe); profissionais e organizações de comunicação (jornalistas e consultores de comunicação); instituições acadêmicas e de pesquisa; e atores do mercado pesqueiro. **Um total de 28 (vinte e oito) pessoas foram entrevistadas. Também foram organizados três grupos focais com 25 pessoas de grupos de interesses específicos.**

Foi realizado um rastreamento de conteúdo em portais de notícias da região, entre outubro de 2022 e abril de 2023, usando as palavras-chave "Pesca" e "Proibição".

Finalmente, durante o desenvolvimento da avaliação, foi realizada uma pesquisa documental para complementar e contextualizar as informações do AEI. Além da pesquisa bibliográfica, a equipe realizou um levantamento de notícias de pesca em portais do Estado do Amazonas.



QUANG NGUYEN

2.2 DADOS DEMOGRÁFICOS

Foram pesquisadas **806 pessoas de três segmentos do público** que frequentam os portos de desembarque de peixes em Manaus e Manacapuru:

370 pescadores e pescadoras artesanais

227 comerciantes ou intermediários

209 consumidores nos dois municípios

65% das pessoas pesquisadas tinham entre 30 e 64 anos.

GÊNERO DOS ENTREVISTADOS

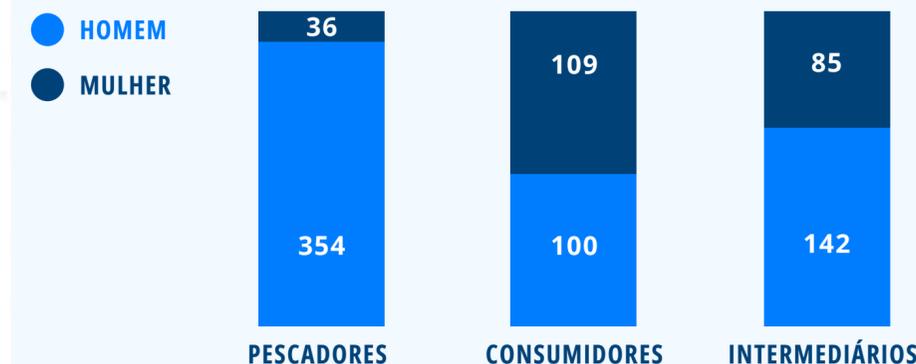


Figura 2: Gênero dos entrevistados

A declaração de gênero dos participantes na pesquisa mostra **uma participação relativamente baixa de mulheres**: entre os pescadores que responderam à pesquisa, menos de 10% eram mulheres. Essa baixa porcentagem, no entanto, não é suficiente para estender esse padrão ao setor como um todo.

Algumas explicações possíveis para esse baixo número podem ser o fato de as mulheres pescadoras se deslocarem com menor frequência das áreas rurais para as urbanas ou de não estarem presentes nos locais de desembarque devido à divisão de trabalho entre homens e mulheres e ao papel que desempenham na cadeia de produção.

Entre os entrevistados, os pescadores têm o menor nível de escolaridade. De acordo com as respostas dos participantes, 14% dos pescadores se consideram analfabetos. Eles representam 77,6% de todos os entrevistados analfabetos da pesquisa, a maior porcentagem entre os setores entrevistados.

Renda e acesso à tecnologia - Os pescadores também representam a categoria de renda mais baixa do setor, de acordo com os dados da pesquisa. **49,7% dos entrevistados, a maioria, relataram receber até um salário-mínimo (R\$ 1.320,00) por mês.** Em seguida, vêm os consumidores, 36% dos quais informaram receber até um salário-mínimo. Os intermediários desse setor são os que relataram receber mais, 41% relataram receber entre 1 e 2 salários-mínimos por mês.

RENDA MENSAL	PESCADORES	CONSUMIDORES	INTERMEDIÁRIOS
ATÉ UM SALÁRIO-MÍNIMO	49.7%	36%	18%
ENTRE 1 E 2 SALÁRIOS-MÍNIMOS	39%	34.9%	41%

Tabela 1: Renda média de principais atores do setor

A maioria dos entrevistados usa um telefone celular, com uma pequena variação entre os pescadores: 88,6% dos entrevistados relatam usar um telefone celular regularmente.

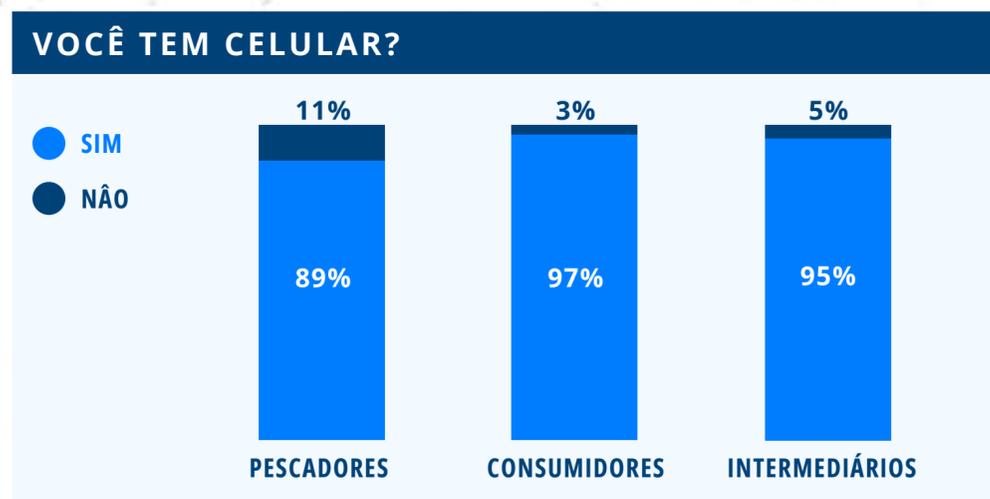


Figura 3: Gráfico com número de usuários de telefones móveis por categoria de entrevistados

A telefonia móvel é um dos serviços de comunicação mais usados: 93% dos entrevistados relataram usar um telefone celular. As modalidades de serviço mais acessadas são o "pré-pago" (compra de crédito para usar o serviço), relatado em 73% das consultas e o "plano controle" (compra de uma franquia de minutos para usar o serviço de Internet), com 16%. O "pós-pago" (uso do serviço para pagamento posterior) é usado por 9% dos entrevistados.

Pescadores em constante mobilidade - A mobilidade das pessoas e da produção de peixes é uma característica do setor. Quando a pesquisa foi realizada nos terminais pesqueiros de Manaus e Manacapuru, participaram pessoas que não moram nesses dois municípios, mas que estavam presentes nesses locais para desembarcar peixes. **Esse perfil corresponde a 25% dos pescadores pesquisados.**

"Meu marido (também pescador) leva o rádio com ele quando viaja, ele o ouve das 4 da manhã à meia-noite".

Raimunda, pescadora de Manacapuru, entrevistada durante a pesquisa.

Quando estão fora de casa, essas pessoas têm acesso limitado à mídia e à Internet. **Em navios, o rádio é um dos meios de comunicação mais comumente usados.** Nessa dinâmica de viagens de pesca, o acesso a dispositivos como rádios e telefones celulares dos membros da família também é afetado, pois geralmente há apenas um dispositivo por residência.



3.

ANÁLISE DO ECOSSISTEMA DE INFORMAÇÕES



3.1 OFERTA INFORMATIVA: ESCASSEZ DE INFORMAÇÕES LOCAIS EM MANAUS E MANACAPURU

A oferta de conteúdo local na televisão regional (o meio de maior consumo) é escassa e sua cobertura é limitada à reprodução de conteúdo em nível nacional, regional ou governamental. O conteúdo da mídia mais consumida na região não atende às necessidades específicas de informação dos pescadores.

Com a maior extensão territorial do país, a região Norte do Brasil, onde está localizado o estado do Amazonas, é a segunda região com mais desertos de notícias, sendo o Nordeste a primeira. Os dados são do último censo do Atlas da Notícia realizado em 2023, desenvolvido pelo Instituto para o Desenvolvimento do Jornalismo.

O estudo mostra que a região Norte tem 1.260 veículos de mídia distribuídos nos Estados do Acre, Amapá, Amazonas, Rondônia, Roraima, Tocantins e Pará. Nesses Estados, **189 municípios são considerados desertos de notícias, o que significa que 42% dos municípios da região não possuem veículos de imprensa locais.** Esses meios de comunicação incluem estações de televisão, rádio, jornais impressos e digitais, bem como canais de notícias disponíveis apenas em mídias sociais ou aplicativos de mensagens. **No Amazonas, há 18 municípios considerados como desertos de notícias que têm apenas um ou dois veículos de mídia. Em todo o Estado, há 261 veículos de mídia** (Atlas da Notícia, 2023).

O grande número de municípios categorizados como "desertos de notícias" no Amazonas exerce uma pressão adicional sobre a mídia e os jornalistas presentes, pois eles precisam produzir notícias não apenas sobre sua própria região, mas também sobre outras que não têm veículos de mídia. Assim, a dinâmica da produção de conteúdo se concentra principalmente na transmissão de notícias em âmbito estadual e regional, em detrimento de cobertura local.

A pesquisadora do Atlas de Notícias, Jéssica Botelho, afirmou que, na "ausência de cobertura especializada de questões locais, os poucos meios de comunicação existentes muitas vezes deixam de cobrir questões complexas, como crimes ambientais na Amazônia" (Baster, R; Tavares, V; 2023).

INSTITUTO INTERNACIONAL DE EDUCAÇÃO DO BRASIL - IEB



3.1.1 O CONTEÚDO SOBRE PESCA LOCAL

O cenário de deserto de notícias também se reflete na falta de notícias sobre pesca na mídia digital e on-line em Manaus e Manacapuru.

O monitoramento de notícias realizado no âmbito da AEI nos portais de notícias da região entre outubro de 2022 e abril de 2023, utilizando as palavras-chave "Pesca" e "Defeso", identificou 305 notícias que abordam questões relacionadas à pesca. **Destas, 238 notícias publicadas têm como origem e única fonte as Assessorias de Comunicação (ASCOMs) de instituições governamentais ou agências de notícias. Esse número equivale a 78% do total de notícias encontradas sobre o assunto.**

Na tabela a seguir, identificamos o tipo de organização responsável pela produção desse material. A pesquisa foi realizada durante o período de defeso no Amazonas, quando a pesca de determinadas espécies é proibida.

ÓRGÃOS GOVERNAMENTAIS	160	67%
AGÊNCIAS DE CONTROLE E POLÍCIA	35	14%
TERCEIRO SETOR	13	5,4%
ACADEMIA E PESQUISA	10	4,2%
POLÍTICOS E EMPRESAS PRIVADAS	20	8,4%

Tabela 2: Origem/fonte de notícias encontradas em portais de jornalismo do Amazonas

A ausência de notícias sobre questões relacionadas à pesca e à captura de quelônios nos portais de Manaus e Manacapuru produzidas por jornalistas e pela mídia local **sugere uma relação de dependência com as organizações públicas.**

Como resultado, o poder público se torna a única fonte de informações locais, **limitando a representação das comunidades na cobertura jornalística e o acesso da população a notícias diversificadas e investigativas produzidas em sua própria realidade e sem compromissos com entidades governamentais.**

3.1.2 O CONSUMO DE MÍDIA TRADICIONAL



Televisão: alta audiência, mas programação local é baixa

Com exceção de canais como o Amazon Sat, que tem programação focada na produção de conteúdo sobre a Amazônia, a **programação da televisão aberta no Amazonas para informações locais é limitada a alguns programas de notícias ou debates.**

Devido aos altos custos de manutenção da infraestrutura para transmissão e produção de programas de televisão, algumas iniciativas regionais aproveitam as estruturas de televisão a cabo e via satélite para hospedar seu conteúdo.

A chegada do sinal de TV digital em 2007 trouxe poucas mudanças a esse cenário. **A tabela abaixo mostra os principais canais de televisão disponíveis em Manaus e Manacapuru, bem como um resumo do conteúdo local que compõe a grade de programação.**

CANAL DE REDE	TRANSMISSORA LOCAL (ESTADUAL)	PROGRAMA LOCAL
REDE GLOBO	REDE AMAZÔNICA	BOM DIA AMAZÔNIA, JORNAL DO AMAZÔNIA 1, GLOBO ESPORTE AM E JORNAL DO AMAZONAS 2 (DIÁRIO); ZAPPEANDO, PARTIU AMAZÔNIA, PANEIRO (SEMANAL).
RECORD	RECORD TV MANAUS	AMAZONAS RECORD, BALANÇO GERAL MANAUS (DIÁRIO).
SBT	TV NORTE	DIÁRIO 6H, PROGRAMA NA MIRA, DIÁRIO NORTE NOTÍCIAS (DIÁRIO); PROGRAMA MAIS OPORTUNIDADES, PROGRAMA PENSA COMIGO, NORTE INVESTIGAÇÃO E PROGRAMA AQUI TEM (SEMANAL).
BANDEIRANTES	BAND AMAZONAS	AMAZONAS URGENTE, CIDADE URGENTE, SENHA LIVRE, BANDA CIDADE AMAZONAS.
REDE TV	TV CRÍTICA	MANHÃ NO AR, ALÔ CIDADE, NOVO ALERTA, MAGAZINE, ALÔ CIDADE, A CRÍTICA NOTÍCIA E NOSSO ENCONTRO.
RÁDIO TV!	INOVA TV	NENHUM PROGRAMA LOCAL FOI IDENTIFICADO.
TV BRASIL - EBC	TV ENCONTRO DAS ÁGUAS	BOA TARDE AMAZONAS 1ª E 2ª EDIÇÃO, JORNAL ENCONTRO DAS ÁGUAS, AMAZONAS, SEM CENSURA AMAZONAS, PAPO IMOBILIÁRIO, VIDA LEVE.
INDEPENDENTE	TV TIRADENTES	PROGRAMA DE NOTÍCIAS MATINAIS
REDE AMAZÔNICA	AMAZON SAT	PROGRAMAÇÃO TODA REGIONAL
REDE BOAS NOVAS	BOAS NOVAS MANAUS	TRANSMISSÃO DE SERVIÇOS E CONTEÚDO DA IGREJA ASSEMBLEIA DE DEUS DO AMAZONAS.

Tabela 3: Origem/fonte de notícias encontradas em portais de jornalismo do Amazonas

As descobertas da pesquisa quantitativa apontam para o alto acesso à televisão entre as pessoas envolvidas na pesca em Manaus e Manacapuru que responderam ao questionário da AEI, o que coincide com os dados que colocam o Norte do país como a região com o maior tempo de exibição de televisão, com 6 horas e 30 minutos por dia (Kantar, 2022).

De modo geral, entre todos os entrevistados, **86,97% disseram que assistem à TV com alguma frequência** (de "todos os dias" a "algumas vezes por mês"). Entre aqueles que assistem à TV com frequência, **não há muita variação entre as categorias de público da pesquisa: 84,69% dos pescadores, 86,34% dos intermediários e 88,65% dos consumidores têm esse hábito.**



Figura 4: Gráfico de frequência em que se assiste à televisão

Os entrevistados também foram questionados sobre quais os tipos de programas de TV que mais assistem. De um total de 1.124 respostas, a pesquisa registrou que os programas jornalísticos foram os mais citados, com 45,82% do total de menções.

Em seguida, os programas de entretenimento, com 31,49%, incluindo novelas, filmes, desenhos animados, séries e programas de variedades. Na terceira posição veio a categoria esportes (16,01%); e, em menor escala, programas religiosos e educacionais (treinamento vocacional, culinária, entre outros).

Sobre os canais de televisão que assistem com maior frequência, a Rede Amazônica lidera com 67,49%, seguida pela Record com 23,70% e pelo SBT, com 21,09%, conforme detalhado na imagem abaixo.

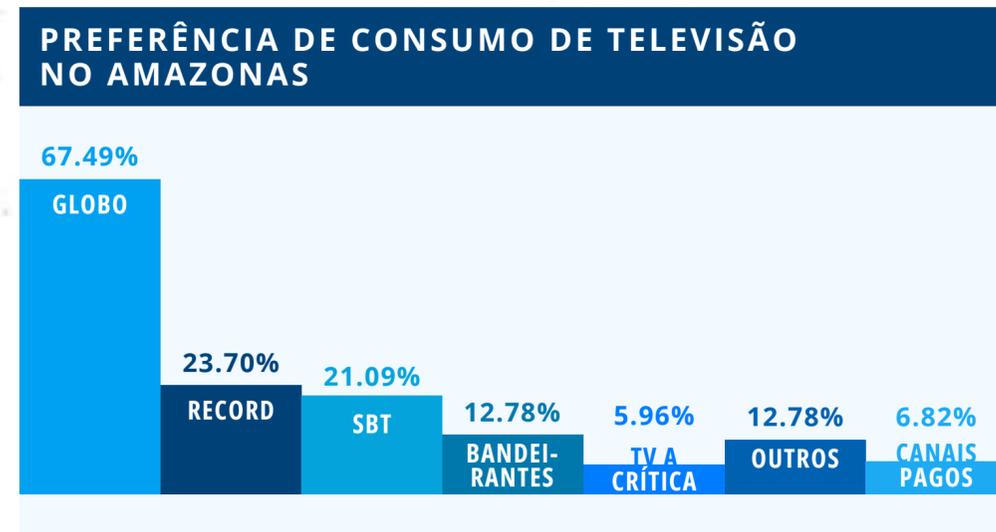


Figura 5: Preferência de consumo de televisão no Amazonas

Embora os dados sobre o acesso à televisão indiquem um alto consumo no setor pesqueiro em Manaus e Manacapuru, esse uso é limitado, em sua maioria, para canais cuja programação consiste principalmente em conteúdo nacional produzido no sudeste do Brasil, com pouco material informativo sobre a realidade das comunidades locais e raramente aborda questões relacionadas à pesca e à captura de quelônios.

"Ninguém vai fornecer essas informações na televisão, né? Pelo menos eu nunca vi, e você? As informações locais são transmitidas por rádio, WhatsApp e boca a boca".

Ivan Moreira – Morador local, entrevistado durante a pesquisa.

A centralização da mídia nas grandes cidades e a falta de imprensa local têm consequências para a diversidade e a pluralidade das agendas em circulação, **que muitas vezes não respondem às necessidades das comunidades que usam a televisão principalmente para assistir a notícias nacionais ou programas de entretenimento.**

Isso é particularmente evidente entre as comunidades pesqueiras que participaram desta AEI: a televisão e seus conteúdos, embora sejam os mais consumidos, **não são fontes de informação sobre questões prioritárias para o setor pesqueiro** ou para as comunidades envolvidas nesse setor.

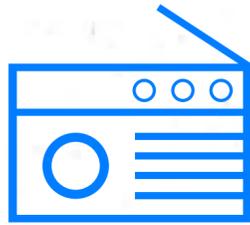
A questão da pesca é abordada de forma sensacionalista e está intimamente relacionada a questões que podem afetar a saúde, conforme será aprofundado mais adiante neste documento. **Em termos de informações específicas relevantes para a pesca, os entrevistados destacam que gostariam de ter mais acesso a informações sobre:**

10.4% RELAÇÃO ENTRE O CONSUMO DE PEIXE E A SAÚDE

7.8% PERÍODO DE PROTEÇÃO E PROIBIÇÃO DE PESCA DE ESPÉCIES

7% MEIO AMBIENTE E A ESTAÇÃO DE CHUVAS E ENCHENTES NA AMAZÔNIA

6% ATIVIDADES ILEGAIS, DELITOS E FISCALIZAÇÃO



Rádio: Mais relevante para os pescadores do que para os consumidores

Apesar da predominância da televisão, há uma parte significativa do público que permanece fiel ao rádio: **27,91% do número total de pessoas pesquisadas dizem ouvir rádio todos os dias ou quase todos os dias.**

A taxa varia entre as categorias de entrevistados: **50% dos pescadores afirmam ouvir rádio com alguma frequência**, enquanto entre os consumidores de pescado essa taxa é de 32,5%. Já entre os intermediários/comerciantes é de 41,41%.

Esse percentual de consumo de rádio entre os pescadores pode ser explicado pela constante mobilidade, característica da atividade. Ao realizar a pesquisa nos terminais pesqueiros de Manaus e Manacapuru, **a AEI teve acesso a pessoas que não moram nesses municípios, mas que estavam presentes nesses locais para realizar desembarques de pescado. Esse grupo representou 25% dos pescadores que responderam aos questionários.**

Um estudo (Matos et al., 2021) registrou que os pescadores e proprietários de barcos que trabalham na pesca comercial passam entre 5 e 13 dias nos barcos a cada viagem. Entre os intermediários que compram peixes nas comunidades, esse tempo varia de 6 a 16 dias. Esse período pode chegar a 19 dias para os trabalhadores que descarregam e transportam peixes das fazendas para os terminais.

Quando estão fora de seus locais de residência, esses agentes têm acesso limitado à mídia e à Internet. Nas embarcações, a radio-difusão é um dos meios de comunicação mais utilizados, embora seu uso seja mais centrado aos aspectos operacionais da pesca.

A taxa de uso frequente de rádio em Manacapuru é de 52,75%. O dado é maior do que a amostra média de 43,05%, ou a amostra específica de Manaus, que foi de 33,14%. A pesquisa qualitativa também relatou o uso mais frequente de rádio no interior do estado, especialmente entre as comunidades ribeirinhas, devido à tecnologia mais acessível e ao conteúdo regional.

"Ontem eu ouvi o rádio e soube que haveria uma reunião (grupo focal) na colônia".
Jonas, pescador e comerciante de Manacapuru, entrevistado durante a pesquisa.

Os aparelhos de rádio tradicionais são os mais usados pela população. Apenas 5% dos entrevistados relataram acessar serviços de rádio por meio de seus telefones celulares. O gráfico abaixo ilustra a frequência com que o público ouve rádio, por localidade.

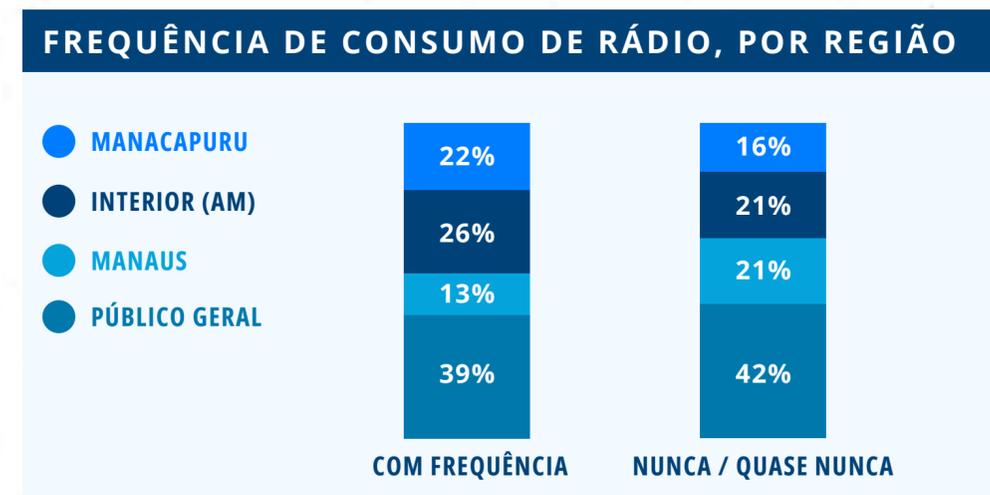


Figura 6: Frequência de consumo de rádio, por região

Entre as emissoras de rádios mais citadas pelos entrevistados, a liderança está com a Rádio Palmeira, com 165 lembranças, seguida pela Difusora, de Manaus, com 135. A terceira posição ficou com a emissora Cidade, com 40 citações.

RÁDIOS MAIS OUVIDAS



Figura 7: Emissoras de rádio consumidas e citadas pelos entrevistado

As pescadoras que participaram dos grupos focais dizem que usam mais o rádio do que a televisão, porque é um meio que lhes proporciona "conforto" diante das duras condições de trabalho que enfrentam.

O termo "conforto" foi usado no sentido de bem-estar e apoio psicológico, como o oferecido por programas religiosos e de entretenimento, por exemplo. De acordo com as informações coletadas em entrevistas individuais e discussões em grupos, o consumo de conteúdo por meio da mídia tradicional (televisão e rádio) faz parte da vida diária das pessoas, especialmente pessoas idosas.

A prevalência do consumo de rádio nos municípios do interior do Amazonas pode ser explicada principalmente pelas dificuldades de acesso devido a problemas econômicos ou à falta de infraestrutura local para a televisão.

Apesar da expansão do acesso à eletricidade no Brasil, a região Norte do país ainda é a região que concentra a maior parte da população que vive na escuridão. Dados do Instituto de Energia e Meio Ambiente (IEMA) mostram que, **entre 2018 e 2020, cerca de 3,5% da população da Amazônia Legal não teve acesso a esse serviço, o que equivale a cerca de 990 mil pessoas**, de acordo com as estimativas populacionais para a região.

Isso implica que o rádio, apesar de ter um baixo consumo nas capitais, ainda é um dos meios de comunicação tradicionais mais utilizados pelas populações localizadas em regiões mais afastadas dos grandes centros urbanos no interior da Amazônia, **principalmente considerando a falta de infraestrutura nessas regiões e o constante deslocamento de pessoas envolvidas no setor pesqueiro, especialmente pescadores**. Além disso, essas rádios, sediadas em Manaus e Manacapuru, têm uma programação variada, intercalada com notícias nacionais e locais e programas musicais.



Jornais impressos: cenário local segue tendência e meio perde força

A mídia impressa foi a que mais perdeu espaço entre as mídias tradicionais em todo o mundo nos últimos anos (Yahya, 2023). Além da concorrência com o rádio e a televisão, a Internet e as mídias sociais influenciaram esse cenário, devido à facilidade de acesso a notícias e informações por meio de plataformas digitais.

De acordo com as informações coletadas pela AEI, a oferta de jornais impressos em Manaus e Manacapuru segue a tendência mundial. Durante as visitas técnicas realizadas para o estudo, foram identificados os seguintes jornais: "A Crítica"; "Diário do Amazonas" e "Dez Minutos" (ambos do grupo "Diário de Comunicação"); "Em Tempo" e "Agora" (da rede "Em Tempo"); o jornal "ON" (produção independente); o jornal "Extra" (independente, edição trimestral), em um único ponto de distribuição gratuita em Manacapuru. O jornal "Maskate" não foi encontrado em nenhum dos pontos pesquisados, assim como o jornal "Agora" (do grupo "Em Tempo"). A produção do Jornal do Comércio, o jornal mais antigo do estado, permanece ativa apenas para venda de assinaturas.

"Os jornais aparecem aqui (apenas) durante as campanhas políticas".

Jorge, comerciante de Manacapuru, entrevistado durante a pesquisa.

O consumo de jornais impressos pelos entrevistados da AEI reforça a tendência de queda desse tipo de mídia. **Dos 712 entrevistados que responderam à pergunta "Você lê jornais impressos?" e "Com que frequência?", 90,3% responderam "nunca" ou "quase nunca".** Entre as pessoas que leem jornais impressos com alguma frequência, cerca de 9% dos entrevistados, o jornal "A Crítica" foi o mais mencionado, representando 4% das menções, seguido pelo "Diário do Amazonas", com 1,2% das respostas.



CHANWIT WANSET

3.2. BARREIRAS AO ACESSO À INFORMAÇÃO

3.2.1 ACESSO À TECNOLOGIA, CONECTIVIDADE E ALFABETIZAÇÃO

As barreiras ao acesso à informação são de caráter educativo, econômico e de segurança. O fator confiança também desempenha um papel importante no acesso dos indivíduos a informações de qualidade para a pesca e o consumo responsáveis.

Embora a oferta de mídia tradicional seja semelhante entre Manaus e Manacapuru, o acesso a tecnologias e redes digitais mostra realidades diferentes. Dados da Agência Nacional de Telecomunicações (ANATEL, 2023) mostram que **Manaus tem taxas de acesso à Internet de banda larga, telefonia móvel e telefonia fixa próximas ou até superiores à média nacional, enquanto Manacapuru tem taxas mais baixas, conforme imagem abaixo.**

É importante observar que, no que se refere à TV por assinatura, a situação é inversa. Os dados coletados pela AEI estão em linha com as tendências de queda no uso dessa modalidade observadas no Brasil e no mundo (Pavan, 2022), devido à expansão dos serviços de streaming, que acompanham a expansão do uso da Internet.

A tendência do uso de SMS é semelhante (Figura 17). O uso dessa modalidade é mais frequente entre as pessoas que relataram ser de fora da capital ou de outros municípios/localidades, que estão em uma situação de constante deslocamento ou mobilidade, como os pescadores.

Em geral, o uso da telefonia móvel é muito difundido em todo o Estado do Amazonas. Dados da Anatel de 2023 mostram que **mais de 92% das pessoas com mais de 18 anos possuem um telefone celular no Amazonas, embora o suporte à conexão com a Internet nem sempre esteja disponível.** Quando se trata de acessar a Internet pelo telefone celular, essa taxa cai para 66,63%, com respostas que variam de acordo com o local de residência (Manaus, Manacapuru ou outros municípios).

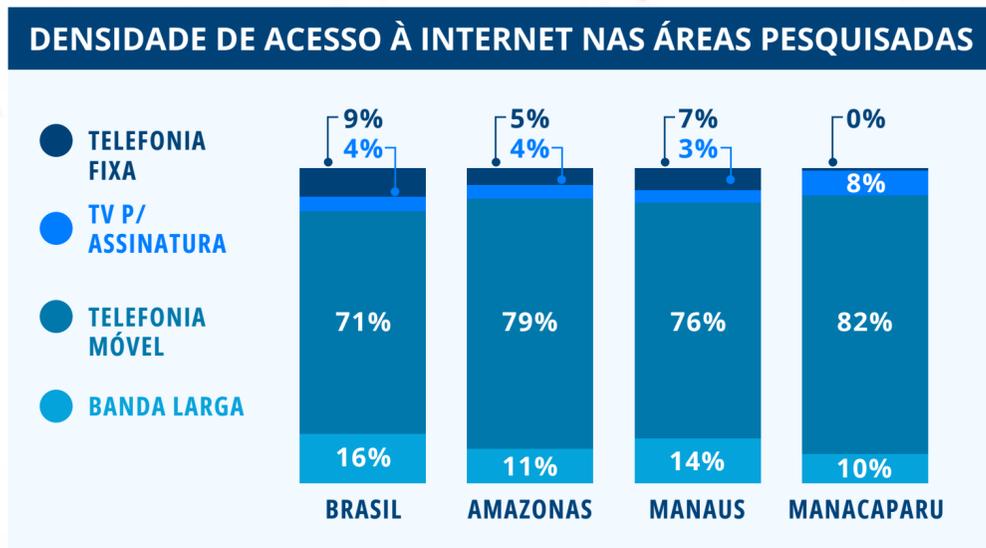


Figura 8: Densidade de acesso à Internet nas áreas pesquisadas

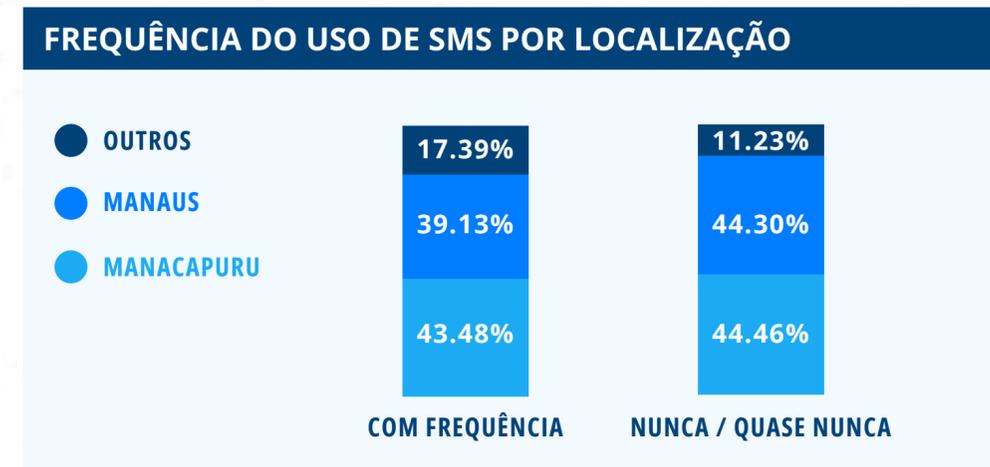


Figura 9: Frequência do uso de SMS por região

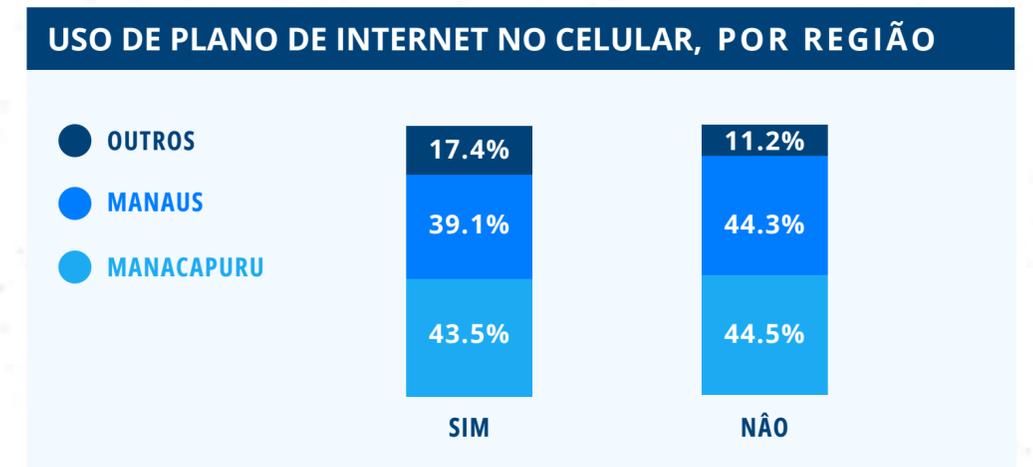


Figura 10: Percentual de uso de plano de internet no aparelho celular

No caso da internet banda larga por redes WiFi, o público entrevistado em Manaus tem maior acesso do que em Manacapuru: 77,71% e 68,41% dos entrevistados, respectivamente. Vale considerar que, segundo dados da Anatel, 94,5% do acesso à banda larga em Manacapuru é feito por meio de fibra óptica, tecnologia que está em expansão na região (InfoMoney, 2023).

Em Manaus, esse uso é dividido entre fibra e cabo coaxial, uma tecnologia mais antiga, mas com muitos anos de implantação. Eles representam, respectivamente, 61,2% e 34,9% do uso. **No caso do fornecimento de Internet via satélite, Manacapuru tem uma taxa de 4,9%, maior que a média estadual de 3,7% e muito maior que a taxa de Manaus, que é de 0,6%.**

A expansão da oferta de internet via satélite, liderada principalmente pela empresa Starlink do empresário Elon Musk (Lemos, 2023) está presente não apenas nas sedes dos municípios do interior do Amazonas, mas também em alguns transportes de passageiros e barcos de pesca.

Em maio de 2022, o serviço gerou expectativas quanto ao seu uso pelas escolas da região, quando o Governo Federal, na gestão de Jair Bolsonaro, anunciou a meta de conectar 100% das escolas públicas do Norte até o final daquele ano. **No entanto, em junho de 2023, um relatório do UOL constatou que a empresa estava atendendo apenas três escolas públicas no Amazonas (Neves, 2023).**

Entre os entrevistados que possuem plano de internet, a operadora Claro/Net é a empresa mais citada como provedora de serviços de internet. Seis outras empresas foram citadas e operam no mesmo mercado regional de serviços.

PROVEDORES DE INTERNET MAIS USADAS

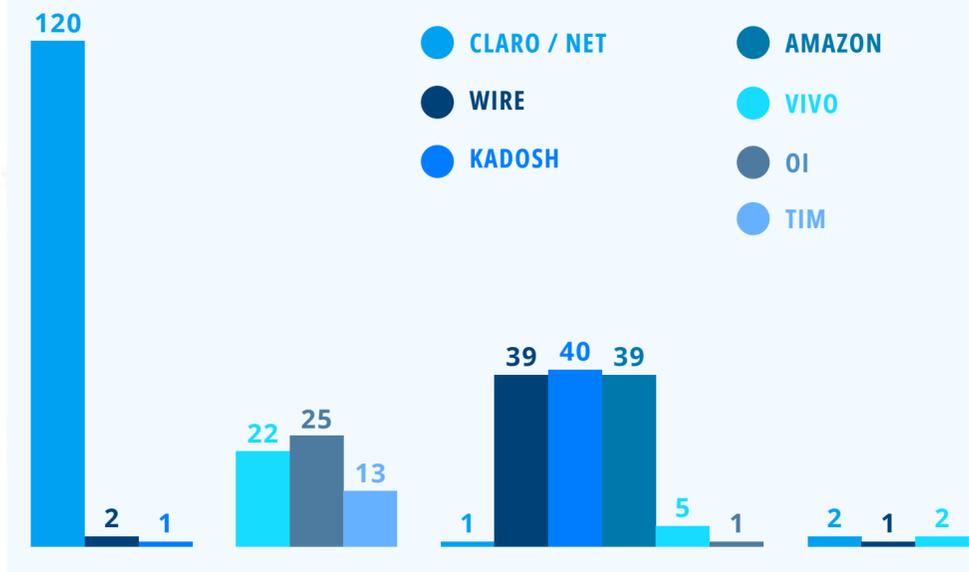


Figura 11: Números sobre provedores de Internet utilizadas pelos entrevistados

Embora o uso da Internet de banda larga esteja se tornando mais popular, **o alto custo e os requisitos inviáveis para a maioria da população dessas localidades estão impedindo sua expansão.** Em alguns municípios do interior do Amazonas, por exemplo, o fato de a assinatura do serviço da Starlink estar disponível apenas para pessoas que possuem cartão de crédito levou à terceirização dos serviços, pois muitas pessoas não atendem a esses requisitos. No caso de Manacapuru, essa situação foi identificada no acesso ao WiFi do mercado, que pode ser utilizado mediante o pagamento de uma taxa de R\$ 13,00.

"Você tem o Starlink, onde ele está disponível, você usa em seu barco. É uma antena parabólica que, hoje em dia, fica sintonizada automaticamente no satélite o tempo todo".

Raimundo Frigopesca, entrevistado durante a pesquisa.

Analfabetismo como barreira adicional de acesso

Entre os pescadores pesquisados, 78% não tinham concluído o ensino médio, 40% tinham ensino fundamental incompleto e 14% se declararam analfabetos. **Os baixos níveis de escolaridade também se refletem no alto consumo de mídias audiovisuais, como o rádio e/ou televisão.** De acordo com os dados, 51% dos pescadores analfabetos relataram assistir à televisão todos os dias ou quase todos os dias, e 50% ouviam rádio com alguma frequência.

Os entrevistados também indicam que o áudio e os vídeos do WhatsApp são recursos usados em regiões com altas taxas de analfabetismo, conforme indicado pelos dados da pesquisa quantitativa. Apesar da falta de confiança nas informações divulgadas nesses espaços, o contato com familiares e líderes comunitários por meio de formas de comunicação audiovisuais é uma preferência das comunidades devido às baixas taxas de alfabetização. Portanto, o uso dessas plataformas como meio de informação continua a ser predominante.

"Mas tem um problema aqui, porque às vezes você faz uma comunicação por escrito e nem todo mundo lê, né? Então, eu acho que usar o WhatsApp é uma boa ferramenta, mas você tem que saber usar, porque não chega a todo mundo, nem todo mundo sabe ler, a não ser que você sempre faça mensagens de voz".

Lenizi Andrade/Sepa, entrevistada durante a pesquisa.

3.2.2 TECNOLOGIA E ATIVIDADES ILEGAIS

Embora seja um desafio coletar dados detalhados sobre o fluxo de informações e o acesso à mídia para as comunidades envolvidas em atividades ilegais na Amazônia, a infraestrutura existente e as condições de acesso são as mesmas para outros atores. Assim, um mercado consumidor em potencial para os serviços da *Starlink* é, em parte, o de grupos de pessoas envolvidas em atividades ilegais na Amazônia, tais como mineração ilegal (Neves, 2023). **Nesse sentido, os entrevistados de Manacapuru relataram a suspensão dos serviços de telecomunicações em algumas áreas da região como forma de combater o crime organizado e o tráfico de drogas.**

"Essa área aqui, eles interditaram tudo agora [...] não tem mais [sinal telefônico]. Tiraram pela via de tráfego, a Vila do Jacaré, que fica na via, é onde tem mais pescadores aqui na região [...]"

Entrevistado não identificado, vinculado a órgão governamental.

Entretanto, essas medidas não fazem distinção entre as pessoas que serão afetadas e têm impedido que as comunidades que vivem nessas áreas tenham acesso total aos serviços. **Nesse sentido, as estratégias de combate ao crime organizado resultam na privação dos serviços de telecomunicações para os cidadãos que vivem nas áreas mais remotas.** Essas medidas têm um impacto direto sobre a qualidade de vida e o acesso a outros serviços relacionados à saúde, educação e outros direitos básicos da população.

As limitações impostas como parte das operações de segurança não reconhecem o potencial dos canais de comunicação em termos de denúncia de atividades ilegais, alertas e urgência. **Os entrevistados destacaram a existência de canais para a denúncia e a disseminação de informações sobre conservação e conscientização sobre atividades ilegais por meio da Internet e do WhatsApp.**

"Recebemos muitas mensagens em nosso [número de celular], há pessoas que pegam e não gostam, certo? Receber qualquer coisa em seu [telefone celular] particular. Eu mesmo as leio, não é? Às vezes eu passo adiante, mas sempre respondo. Se for uma reclamação [...] a gente atende [...] obviamente não precisa se identificar [...]"

Entrevistado não identificado, vinculado a órgão governamental.

"Aqui chegou a informação de que o cara ali estava proibindo as pessoas de atravessar um córrego [...] veio pelo WhatsApp: 'aqui está acontecendo uma situação, o cara aqui colocou uma placa dizendo que é proibido atravessar'"

Entrevistado não identificado, vinculado a órgão do terceiro setor.



PAOLA LOMPARTE

3.2.3 APLICATIVOS DE MENSAGENS, REDES SOCIAIS E CONFIANÇA

A comunicação direta é o principal meio de troca de informações sobre a pesca. As organizações representativas dos pescadores usam reuniões presenciais como a principal estratégia de comunicação, complementadas pelo contato e diálogo informal, conhecido como "boca a boca", além de utilizar mensagens em grupos de WhatsApp.

A comunicação e a troca direta de informações entre as pessoas foram geralmente consideradas muito relevantes no setor pesqueiro como um todo. A formação da opinião pública sobre questões sensíveis, como a pesca ilegal e predatória, a inspeção, o gerenciamento da pesca, a governança do setor e as políticas públicas dependem muito do "boca a boca". Essa comunicação direta e a troca de informações são reforçadas pelo uso do WhatsApp, que permite o envio de mensagens de áudio e vídeo, superando as barreiras da alfabetização.

Cerca de 75% das pessoas entrevistadas afirmaram que usam o aplicativo "todos os dias" ou "quase todos os dias". Apenas 3% das pessoas relataram usar o aplicativo Telegram "todos os dias". Além disso, 73% das pessoas afirmaram que não usam outros aplicativos de mensagens. Isso demonstra o uso generalizado do WhatsApp como a principal ferramenta de mensagens entre o público pesquisado.

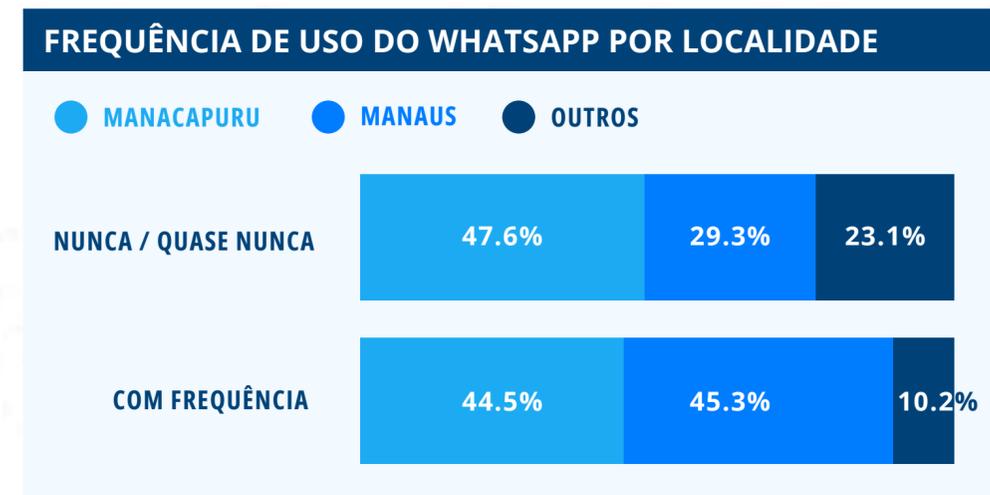


Figura 12: Frequência de uso do Whatsapp por localidade

A participação em grupos em aplicativos de mensagens é uma prática comum entre os entrevistados. Apenas 8% disseram que não participam de nenhum grupo. Grupos privados relacionados à família e aos amigos foram os mais citados (40% dos entrevistados); grupos relacionados a trabalho ou pesca também se destacaram, representando 33% das respostas, colônias e associações de pesca, equivalentes a 9,8% do total. O item "Outros grupos" incluíram grupos de igrejas, grupos de vendas e grupos relacionados à escola dos filhos.

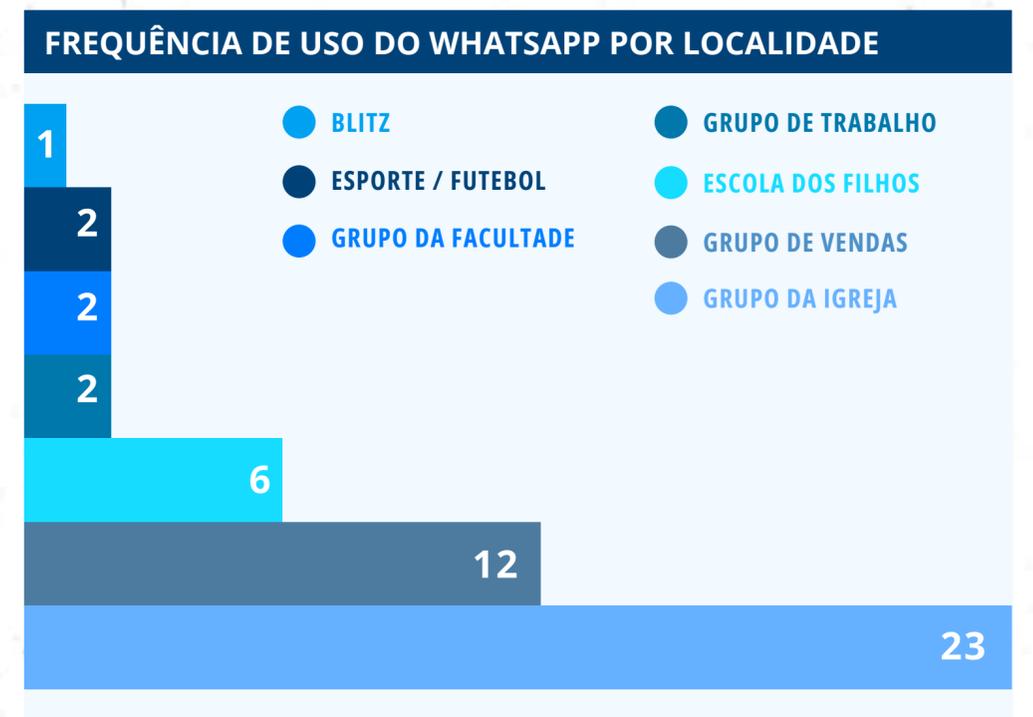


Figura 13: Grupos citados pelos entrevistados no item "outros" no WhatsApp

Quando perguntados sobre os grupos ou pessoas em quem mais confiam para se comunicar via WhatsApp, 52% das pessoas disseram que confiam em membros da família ou grupos familiares. Amigos, colegas de trabalho e igreja também são citados como fontes confiáveis de informações que circulam pelo aplicativo. No entanto, há uma alta porcentagem de respostas de participantes afirmando que não confiam em pessoas ou fontes de informação que compartilham informações via WhatsApp, indicando um alto nível de desconfiança nas informações transmitidas por essa plataforma.

WhatsApp: Os resultados da pesquisa quantitativa e das entrevistas realizadas mostram que o aplicativo de mensagens WhatsApp é o principal meio de disseminação de informações, atingindo diretamente a maioria da população.

De acordo com os dados da pesquisa quantitativa, 17,25% dos entrevistados indicaram que não confiam no WhatsApp. Essa foi a segunda resposta mais comum entre os participantes da pesquisa. Apesar da desconfiança em relação a essa plataforma, os usuários ainda a utilizam como uma das principais fontes de informação e para troca de mensagens de áudio e vídeo.



Figura 14: Categorias de vínculo com pessoas em quem confiam no WhatsApp

Quando questionados sobre como utilizam a ferramenta para distribuir informações, os representantes dos pescadores e até mesmo os gestores públicos confirmaram que utilizam grupos de WhatsApp. Esse tipo de comunicação exige um esforço especial, pois, com a mobilidade do setor pesqueiro, é comum que os dados de contato fiquem desatualizados, bem como a perda de aparelhos e linhas telefônicas, o que dificulta a comunicação constante.

"[As informações] não chegam [a todos os afiliados]. Como muitos perdem o número de telefone, eles não recebem mais. Temos uma lista que atualizamos a cada ano ou a cada seis meses".

Não identificado – Entrevistado durante a pesquisa, vinculado a organização do terceiro setor.

"A comunidade pesqueira troca informações, hoje acho que cerca de 60% via WhatsApp".

Não identificado – Entrevistado durante a pesquisa, vinculado ao setor empresarial.

"[...] Informações que vêm de fora, mudanças na legislação, informações que impactam no trabalho da SEMPA-MPU] [...] o máximo de informações que eu tenho é que eu estou no grupo de secretários e nesse grupo estão [...] todos os secretários e o prefeito do município".

Não identificado – Entrevistado durante a pesquisa, vinculado ao setor público.

De acordo com a pesquisa qualitativa, as organizações e instituições do setor de pesca também usam o WhatsApp em seu trabalho diário. Alguns dos desafios percebidos nas organizações foram a personalização da comunicação e o gerenciamento da quantidade de informações, devido ao número de grupos e à velocidade das trocas.

É importante que o meio acadêmico e as instituições reconheçam não apenas o canal de distribuição de informações adequado, mas também os formatos apropriados para atingir públicos-alvo com altas taxas de analfabetismo. Por isso, as mensagens de e-mail e WhatsApp não são, nesse sentido, as mais eficientes.

"Para nos mantermos atualizados sobre os recursos pesqueiros, pesquisas e tudo mais, temos outros [meios] de divulgação de pesquisas, desde que eu estava na universidade [...] grupos de WhatsApp e e-mail, que são nossas redes de comunicação (...) Temos nosso grupo de WhatsApp e nossa lista de comunicação por e-mail [...] qualquer notícia geralmente vai direto para o grupo".

Não identificado – Entrevistado durante a pesquisa, vinculado a instituição acadêmica.

Em nível estadual, dependendo da organização, há alguns números corporativos fornecidos pela Secretaria de Estado de Administração e Gestão (SEAD-AM). Em alguns casos, a Assessoria de Comunicação (Ascom) do órgão se encarrega de utilizá-los para servir como canal de atendimento ao cliente, gerenciamento de grupos e linhas de transmissão institucionais. O mesmo se aplica aos técnicos de comunicação e profissionais de organizações não governamentais.

Além da troca de informações por mensagem direta ou em grupo, foram registradas duas outras formas de comunicação via WhatsApp: o uso do "status do WhatsApp" como rede social, para divulgação de eventos, por exemplo; e o uso "indireto", ou seja, quando a pessoa utiliza o aparelho e o aplicativo de terceiros para receber mensagens. Esse último uso foi relatado durante as entrevistas, mas também foi capturado nas opções de resposta para receber os resultados do diagnóstico.

"Entre as pessoas que não têm telefone celular, elas se comunicam pelo WhatsApp, por causa de algo chamado de 'comunicação indireta'. Por exemplo, sou pescador, nem tenho celular, mas recebo informações usando o celular da minha neta e passo o número da minha neta no WhatsApp. Se você quiser falar comigo, é assim que eu faço. A gente detecta isso com frequência."

Não identificado – Entrevistado durante a pesquisa, vinculado ao setor pesqueiro.

Embora o uso do WhatsApp seja amplamente difundido como um dos principais meios de comunicação no setor de pesca, a confiança nas informações circuladas por esse meio pode ser considerada baixa.

É importante observar que, apesar de ser considerado um dos principais meios de comunicação devido à sua acessibilidade a ferramentas de áudio e vídeo, **isso não significa que as pessoas confiem nas informações divulgadas nessa plataforma que não sejam fornecidas por pessoas confiáveis da comunidade, como líderes locais e membros da família.**

Redes sociais - Os resultados da pesquisa com os entrevistados mostram que, com 57,9% das respostas, o "Facebook" é a rede social mais utilizada pelo público da AEI, seguido pelo "Instagram", com 40,4% dos usuários, "Youtube", com 40,32%, e "TikTok", com 15% das respostas.

Mais da metade das pessoas, o equivalente a 57%, declarou que usa as redes sociais "todos os dias" ou "quase todos os dias". No entanto, entre os pescadores pesquisados, o uso diário cai para 16%. A diferença na frequência de uso entre Manaus e Manacapuru pode ser explicada pela qualidade da Internet disponível no interior. **Portanto, é de se esperar que, à medida que o fornecimento e a qualidade da Internet melhorarem, o uso dessas plataformas aumente.**

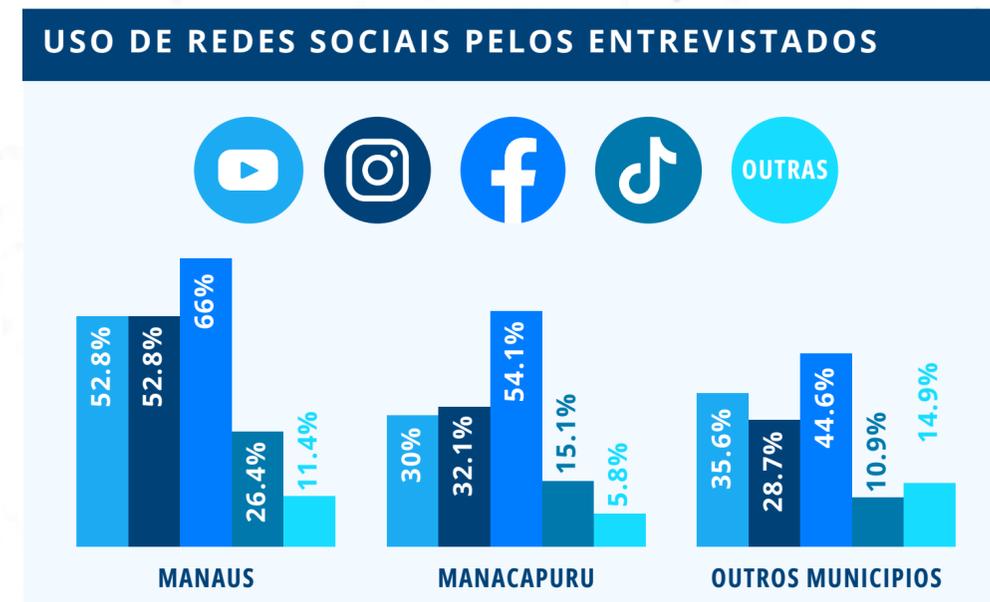


Figura 15: Uso de redes sociais pelos entrevistados

Entre os perfis de mídia social, os entrevistados disseram estar mais interessados em conteúdo relacionado a entretenimento, publicações de pessoas de seu círculo próximo e notícias nacionais e regionais. Outros 15% disseram não ter interesse nesse tipo de conteúdo. **Nesse sentido, as redes sociais não indicam – ao menos pela atual utilização, por motivos diversos – ser um meio de informação ou comunicação particularmente relevante para o conteúdo relacionado ao setor pesqueiro.**

CONTEÚDOS DOS PERFIS QUE MAIS GERAM INTERESSE

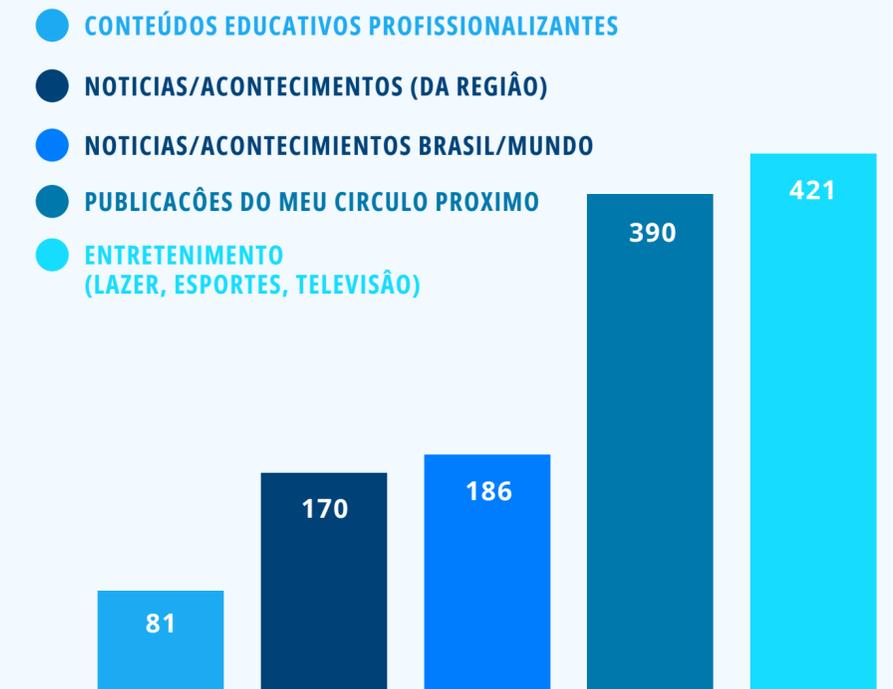


Figura 16: Conteúdos dos perfis que mais geram interesse

Influenciadores em redes sociais - Em uma pergunta aberta sobre as pessoas com perfis de mídia social em que mais confiam, foram mencionados 29 nomes, personalidades que o público da pesquisa considera como influentes. Os quatro perfis mais mencionados foram "Holanda", "Nikolas Ferreira", "Imediato" e "Bolsonaro", **personagens da mídia e da política comumente relacionados à polarização política, que se caracterizam por disseminar discursos de ódio, narrativas anti-establishment, negacionismo científico e teorias da conspiração.**

Em termos de audiência, o "Portal do Holanda" é o maior site de notícias da região Norte do país, segundo o Instituto Verificador de Comunicação (IVC) Brasil, entidade nacional sem fins lucrativos responsável pela auditoria de mídia multiplataforma (BENTES; VIEIRA, 2022).

No site, não é possível encontrar informações sobre sua história, atividade ou mesmo sobre as pessoas que elaboram a maior parte de seu conteúdo, com exceção das informações sobre seu diretor-presidente, Raimundo de Holanda, e das colunas de autores que, mesmo assim, não trazem informações sobre seus autores ou seu vínculo com a profissão de jornalista, uma vez que seus artigos são de responsabilidade de seus autores. **O tipo de conteúdo do site demonstra padrões associados ao sensacionalismo midiático, o que pode gerar questionamentos e desconfiança (BENTES; VIEIRA, 2022).**

O portal "Imediato Online", de acordo com as informações disponíveis em seu próprio site, "é uma publicação de propriedade exclusiva da Agência de Comunicação Imediato, empresa que faz parte da Rede Norte Digital". Em sua autodeclaração sobre sua "propriedade e financiamento", eles apontam a possibilidade de conflitos de interesse por serem uma empresa privada que busca resultados financeiros, embora garantam a "integridade das informações".

De acordo com as informações disponíveis em seu próprio site, o portal teve início em 2017 para atender "um público interessado em casos policiais, na resolução de problemas das cidades, como trânsito, educação, saúde, transporte, entre outros".

Já Nikolas Ferreira é deputado federal pelo estado de Minas Gerais (MG), alinhado politicamente ao ex-presidente Jair Bolsonaro, ambos do Partido Liberal (PL). O deputado mineiro foi protagonista de uma intervenção do Supremo Tribunal Federal (STF) no aplicativo Telegram, **com pedido de bloqueio de sua conta a pedido do órgão, acusado por outros parlamentares de disseminar conteúdo transfóbico e desinformação.**

Redes sociais da comunicação pública-institucional - Órgãos públicos como a SEPROR-AM e a SEMA-AM **também possuem canais e perfis em redes sociais como Youtube, Instagram e Facebook, onde publicam informações sobre suas atividades institucionais.**

Esse tipo de divulgação também é feito por meio de "cards" que circulam via WhatsApp e que, dependendo da situação, também podem ser impressos. **Antes de serem divulgados, esses materiais devem ser aprovados pela Secretaria de Estado de Comunicação Social do Amazonas (SECOM-AM).**

No entanto, esses materiais não são cocriados ou validados com as organizações de pescadores (colônias, associações) antes de serem divulgados e, embora utilizem canais como o WhatsApp, também não respondem aos formatos mais eficientes de acordo com seu público-alvo.

Embora as informações compartilhadas por organizações como a SEPROR-AM e a SEMA-AM sejam relevantes para o setor pesqueiro, trata-se de uma comunicação institucional unidirecional, "de cima para baixo", no jargão popular. **Não há possibilidade de o**

público-alvo influenciar a produção desse tipo de conteúdo, portanto, ele não responde às suas necessidades reais ou imediatas de informações sobre a pesca.

As instituições de ensino e pesquisa e as organizações que trabalham com a conservação da pesca também possuem perfis nas redes sociais, mas, em geral, **não utilizam essas mídias para divulgação científica, limitando-se também à comunicação institucional, à divulgação das atividades diárias e dos cursos oferecidos.**

Esses dados são relevantes na medida em que as instituições acadêmicas produzem um tipo de conhecimento ainda pouco legitimado pela sociedade. **E que, com maior conhecimento e disseminação, pode ser um mecanismo para contrapor a narrativas anticientíficas e negacionistas com forte vínculo com a desinformação na Amazônia.**

Faltam informações sobre consumo responsável de peixes -

Conforme discutido acima, as informações sobre pesca circulam entre os pescadores e por organizações ou órgãos que trabalham com questões de pesca e conservação.

Entre os consumidores, a questão é menos prioritária ou recebe menos atenção, exceto quando as informações têm implicações para a saúde pública, o que às vezes se presta a interpretações ou informações errôneas. Já 40,79% dos consumidores afirmaram que recebem informações sobre pesca e peixes com "certa frequência".

3.2.4 DESINFORMAÇÃO NO SETOR PESQUEIRO E SOBRE ELE

Como parte dessa análise do ecossistema de informações em Manaus e Manacapuru, foi investigada a alfabetização midiática e informacional dos entrevistados. Esse termo designa a capacidade ou o conjunto de habilidades que uma pessoa usa para procurar, acessar, avaliar, organizar e disseminar informações (Dudziak, 2003). Para isso, procuramos avaliar o acesso das pessoas a notícias relacionadas ao tópico de pesca e conservação, sua avaliação dessas notícias e seu conhecimento sobre "notícias falsas", um termo que ganhou notoriedade no Brasil nos últimos anos.

Embora seja um termo estrangeiro, *fake news* representa apenas uma forma de desinformação, que é atribuída a qualquer conteúdo considerado falso e acessado pela mídia, mas principalmente pelo WhatsApp e pelas redes sociais.

Nos últimos anos, mudanças comportamentais e tecnológicas no acesso à informação levaram a uma disseminação sem precedentes de notícias falsas em escala global. No contexto brasileiro, entre 2018 e 2022, a disseminação de *fake news* sobre o meio ambiente e a Amazônia, com mensagens negativas e anticientíficas, o que contribuiu para sustentar o apoio político e popular às medidas de desmonte da política ambiental e das instituições da

área (Pinheiro, 2021). Outro momento importante para a proliferação da desinformação anticientífica foi a pandemia da Covid-19, quando uma nova avalanche de desinformação foi compartilhada principalmente nas mídias sociais.

Mais de 84% do público pesquisado na AEI afirmou ter conhecimento do que são notícias falsas. O índice mostra alguma variação entre os diferentes públicos pesquisados, como mostra o gráfico abaixo.



Figura 17: Respostas individuais sobre *fake news* entre o público entrevistado

Embora essa seja uma pequena variação, a disparidade é mais evidente quando se compara os entrevistados urbanos com os rurais em Manaus e Manacapuru. Nas áreas urbanas, 11% dos entrevistados não conhecem o termo, enquanto nas áreas rurais, 28,2% não têm ideia do que significa o termo "fake news". A diferença entre as gerações também mostra que os mais jovens estão mais cientes do termo.

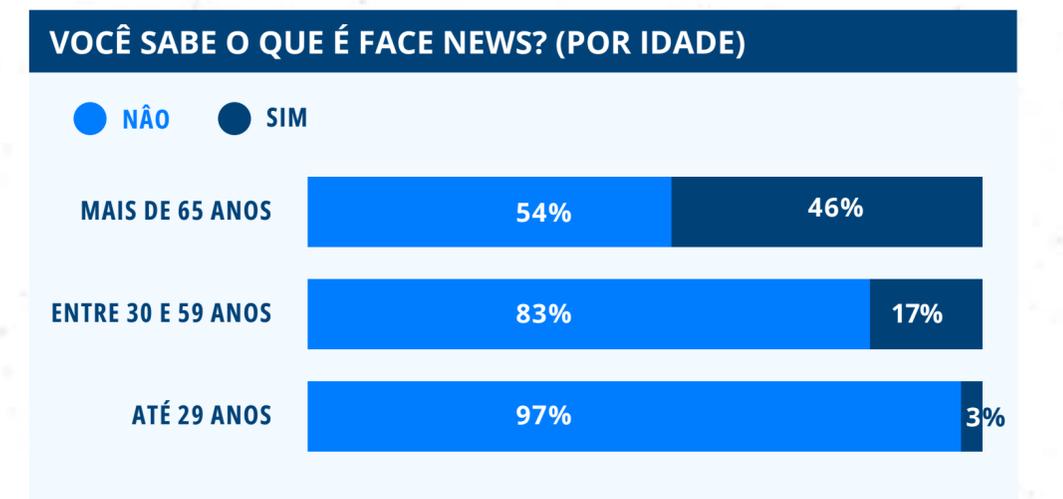


Figura 18: Recorte por idade sobre conhecimento acerca do que são as *fake news*

Quando perguntados se já haviam recebido notícias falsas, **63,28% de todos os entrevistados disseram que sim, enquanto 36,72% do público acreditava que não.** Embora não seja possível fazer uma comparação direta, esse número segue a mesma tendência de uma pesquisa realizada pelo Poynter Institute em agosto de 2022, em colaboração com o Google.

A pesquisa indicou que 4 em cada 10 brasileiros relataram receber conteúdo falso semanalmente (Guimarães; Rodrigues, 2022). Ao cruzar os dados dessa pergunta com as informações sobre escolaridade, podemos ver uma relação proporcional: **quanto maior o nível de escolaridade, mais consciente a pessoa está de sua exposição a conteúdo enganoso.**



Figura 19: Proporção de quem afirma já ter recebido fake news, por grau de escolaridade

É importante que esses dados sejam analisados não como uma confirmação de que notícias falsas estão sendo recebidas ou não - já que, **de acordo com uma pesquisa realizada pela Kaspersky (Rodrigues, 2023), mais de 60% dos brasileiros não sabem reconhecer notícias falsas.** Assim, os resultados indicam uma porcentagem maior de entrevistados do sexo feminino que estão cientes dessa exposição; 69,57% disseram ter recebido notícias falsas, enquanto a taxa entre os homens foi de 60,76%.

A análise por faixa etária também mostrou que os entrevistados mais jovens estavam mais cientes das notícias falsas: entre os entrevistados com menos de 29 anos, 72,94% disseram ter recebido notícias falsas; entre os entrevistados com idade entre 30 e 59 anos, a taxa foi de 61,45%; e entre os entrevistados adultos mais velhos, apenas 46,03% confirmaram ter recebido esse tipo de conteúdo.

O WhatsApp foi o meio identificado pelos entrevistados como o mais propício à desinformação; 63,33% dos que afirmaram ter recebido notícias falsas apontaram o aplicativo como o canal onde as receberam. O meio informal do “boca-a-boca” ficou em segundo lugar, seguido por redes sociais e portais de notícias, destacando o vínculo estabelecido por esse público entre notícias falsas e mídia digital. As reuniões presenciais foram a forma menos comum de disseminação de informações falsas.

MEIO DE COMUNICAÇÃO POR ONDE ENTREVISTADOS AFIRMAM TER RECEBIDO AS FAKE NEWS

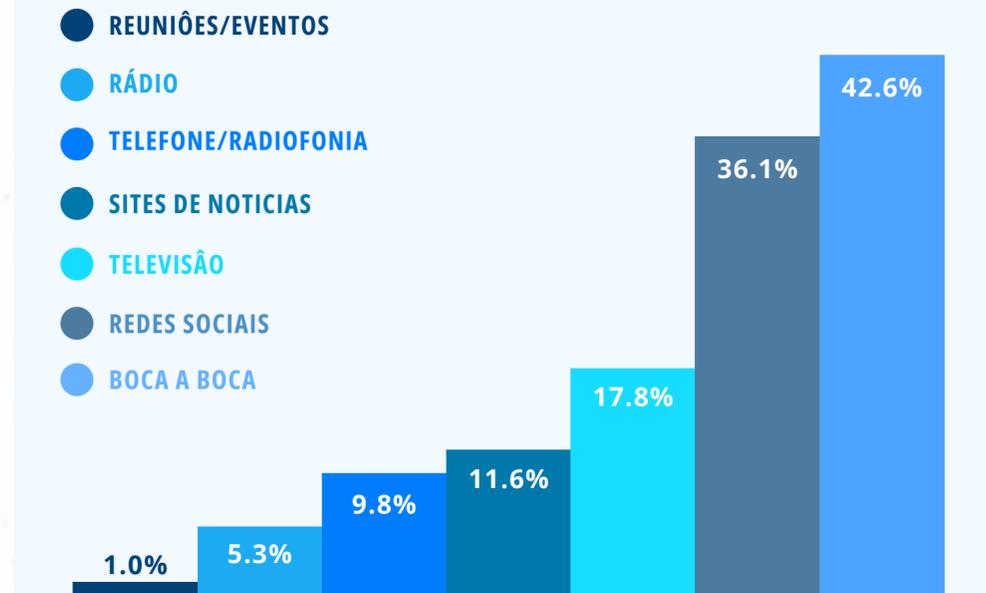


Figura 20: Meio de comunicação por onde entrevistados afirmam ter recebido as fake news

3.2.5 CASOS DE DESINFORMAÇÃO QUE IMPACTARAM O SETOR

Entre os que relataram ter recebido notícias falsas (510 no total), 55,9% indicaram que parte do conteúdo considerado falso estava relacionado à pesca. Ao discutir o tópico, foram registradas as respostas listadas na tabela 4.

As notícias mais graves relacionadas à desinformação no setor de pesca podem ser agrupadas em duas tendências ou grupos principais com diferentes níveis de impacto e consequências para a população. A primeira é aquela que associa o setor pesqueiro a problemas de saúde pública, como a doença da urina preta e a contaminação dos peixes por mercúrio. O segundo grupo está relacionado a políticas públicas para o setor pesqueiro que têm um impacto direto na dinâmica de trabalho das organizações, como o pagamento do seguro defeso e a aprovação da chamada "Lei do Tucunaré".

Manchetes sensacionalistas desinformam sobre a pesca e a saúde pública

Com relação à doença de Haff (rabdomiólise ou "doença da urina preta"), um dos entrevistados apontou que a informação aparece "todo ano". Outros também observaram que a notícia "prejudica as vendas" e que "as pessoas pararam de comer peixe". Ao analisar os dados para este relatório, foi possível identificar algumas notícias relacionadas na Internet.

As notícias têm manchetes que, sem uma avaliação mais detalhada, podem sugerir um estado de calamidade:

"Estados relatam casos de síndrome relacionada ao consumo de peixe".

Portal G1, 2021.

"Amazonas vive surto de 'doença da urina preta' com mais de 40 casos e internações".

Jornal O Globo, 2021.

"Sugere-se que o consumo de peixe seja suspenso após surto de rabdomiólise".

Revista Cenarium, 2021.

QUESTÃO DAS NOTÍCIAS FALSAS	OCORRÊNCIA
DOENÇA DE HAFF (RABDOMIÓLISE OU "DOENÇA DA URINA PRETA")	21
CONTAMINAÇÃO POR MERCÚRIO	13
RELACIONADO AO MERCADO DE PEIXES (VENDAS, PREÇOS)	3
PERÍODO DE DEFESO, PROIBIÇÃO DE PESCA OU PESCA ILEGAL	3
POLÍTICAS OU AÇÕES GOVERNAMENTAIS; SEGURO DE DEFESA	3

Tabela 4: Principais tópicos mencionados como fake news na pesquisa quantitativa



A última manchete, publicada no portal 'Cenarium', menciona no corpo da matéria que a suspensão se refere apenas ao município de Itacoatiara, onde foi registrado o maior número de casos entre os municípios do estado. Também é comum encontrar casos em que a mídia utiliza dados de notificação, ou "casos suspeitos", na manchete, informando apenas no corpo da matéria que o número de casos confirmados é menor. Uma dessas situações foi identificada no site da Agência Brasil, da Empresa Brasileira de Comunicação, vinculada ao Governo Federal e que é referência para a imprensa brasileira, que republica seu conteúdo, que é aberto.

Diante de um surto com 78 casos confirmados, o 'G1 Amazonas' incluiu em sua manchete a expressão "o pior surto da história", enquanto em 2022, 103 pessoas contraíram a doença (G1, 2021). Todas as notícias acima mencionadas foram publicadas entre 31 de agosto e 21 de setembro de 2021; período em que a Secretaria de Estado de Saúde do Amazonas (SES-AM) publicou informações descartando a necessidade de suspender o consumo de peixe. **Apesar dessa publicação no site da entidade, a mídia não consultou ou entrevistou a autoridade competente.**

"O exemplo da urina preta, quando a informação chega, vemos que ela não veio da academia, veio por meio de um alerta de pânico, é alguém que ficou sabendo e foi para a mídia social e se tornou viral. Houve uma crise no setor pesqueiro que não precisava ter acontecido, tivemos casos específicos (da doença). As informações precisam ser divulgadas da maneira correta, caso contrário, o pânico se instala e o comerciante vai à falência".

Não identificado – Entrevistado durante a pesquisa, vinculado à instituição acadêmica

Nesse caso, os relatos coletados durante a pesquisa qualitativa indicam que o setor pesqueiro foi afetado por uma combinação de desinformação (circulação de notícias falsas) e desinformação (uso de informações verdadeiras de forma distorcida ou maliciosa). O fato é que o comércio de peixes foi diretamente afetado, com redução do consumo, de acordo com a percepção dos entrevistados.

Desconfiança sobre pesquisas de mercúrio em peixes

O acúmulo de mercúrio nos peixes tem sido registrado por inúmeros estudos, como o elaborado pela Fundação Oswaldo Cruz (Fiocruz), em parceria com organizações da sociedade civil, como o Instituto Socioambiental (ISA), o Greenpeace e o World Wildlife Fund (WWF).

"Mais de um quinto (21,3%) dos peixes comercializados nos centros urbanos avaliados, e que chegam à mesa das famílias da região amazônica, apresentam níveis de mercúrio acima dos limites seguros estabelecidos pela Organização das Nações Unidas para Agricultura e Alimentação (FAO)".

Fiocruz. 2023; p. 4.

O estudo atribui o aumento da contaminação dos peixes às atividades ilegais de mineração nos rios da Amazônia, onde o mercúrio é amplamente utilizado. Apesar da pesquisa rigorosa sobre o mercúrio, as pessoas que vivem da pesca descrevem as informações como notícias falsas. Uma pescadora que participou da mesa redonda observou que tinha ouvido falar das notícias, mas "não tinha prestado muita atenção a elas". **Durante a pesquisa, várias pessoas mencionaram "peixes contaminados" e "poluição" como notícias falsas, referindo-se ao estudo publicado recentemente.**

A questão é relevante para a população e para o setor pesqueiro, e tem atraído a atenção da mídia devido às possíveis repercussões na saúde pública. O setor pesqueiro é cético e chega a desqualificar o trabalho realizado por ONGs, institutos acadêmicos e conservacionistas devido ao impacto econômico que tais pesquisas podem causar.

"Acabou de sair uma publicação sobre mercúrio. Sempre há uma ONG por trás disso. Aqui, testamos nosso produto o tempo todo. Não existe isso, como você pode generalizar? Em Roraima, 90% do peixe é de cativeiro, como pode ter isso lá em Roraima? É uma propaganda enganosa que prejudica todo um setor. Eu vejo isso como prejudicial quando as ONGs estão envolvidas. Eu vejo dessa forma."

Não identificado – Entrevistado durante a pesquisa, vinculado ao setor empresarial pesqueiro.

As narrativas que tentam desacreditar as instituições e os métodos científicos podem ter maior ou menor repercussão na medida em que as pessoas que as criam têm influência social, política ou financeira. **A desconfiança gerada por aqueles que têm influência torna as pessoas mais suscetíveis a deturpar as informações que recebem da imprensa, de instituições de pesquisa ou de órgãos governamentais como sendo falsas.**

"O mercúrio não é tão pesado, leva tempo, ele se acumula. Então, na sua velhice, você não vai ter uma velhice tão boa quanto deveria. Quando começam a aparecer crianças com deficiência, isso já aconteceu em alguns lugares de Rondônia e Roraima, em algumas comunidades onde havia muito garimpo. Quando isso começa a acontecer, o alarme dispara e ninguém quer comer peixe. Mas ninguém morreu, ninguém ficou doente, então as pessoas não acreditam".

Não identificado – Entrevistado durante a pesquisa, vinculado à instituição de pesquisa.

A relação entre o mercado de peixes e a saúde pública é altamente sensível ao público e, portanto, suscetível a fake news, o que afeta diretamente o consumo e a economia do setor. **A verificação de informações sobre contaminação por mercúrio e doenças pode ser mais complexa e relativamente demorada.**

A disseminação de fake news sobre políticas para o setor pesqueiro tem um tipo diferente de impacto. **Elas geram desconfiança e dificultam o trabalho das organizações, além de gerar custos adicionais para encontrar as informações corretas.**

Desinformação sobre políticas públicas aumenta a desconfiança contra instituições

Outra tendência de desinformação no setor de pesca tem a ver com os pagamentos pendentes do seguro defeso. No período de 2015-2016, uma série de decisões, decretos e suspensões envolvendo o Poder Executivo, o Congresso Nacional e o Supremo Tribunal Federal (STF) impactaram milhares de pescadores de todo o país, que não receberam o benefício naquele período (Bragança, 2016). O seguro-defeso é um benefício garantido pela Previdência Social aos pescadores profissionais artesanais nos meses em que estão proibidos de pescar. **As organizações representativas dos pescadores recorreram à justiça, que, em uma nova decisão, determinou o pagamento do benefício.**

Em diálogos durante a pesquisa com mulheres pescadoras, elas mencionaram ter recebido notícias falsas sobre o seguro defeso de 2015-2016. A informação errônea recebida era de que o pagamento seria feito em 90 dias, mas, no momento da finalização deste estudo, o pagamento ainda estava pendente. A informação gerou uma grande mobilização de vários pescadores que viajaram para a capital do município e foram posteriormente informados pelo presidente da Colônia de Pescadores que estavam vinculados de que se tratava de uma notícia falsa.

A pesquisa documental registrou uma notícia da Rádio Agência/ Agência Brasil em outubro de 2022, com a manchete "Após decisão do STF, governo reativa o pagamento do seguro defeso". **A informação foi repercutida em novembro do mesmo ano em um portal de notícias do Acre, acrescentando trechos do discurso de um representante dos pescadores locais (Assunção, 2023).**

Entretanto, nenhum deles indicou o prazo de pagamento ou afirmou que o pagamento já estava sendo feito. **É difícil identificar a fonte dessa desinformação, mas uma leitura descuidada das manchetes da mídia pode ser suficiente para espalhar uma interpretação distorcida nas mídias sociais e no WhatsApp.**

Por fim, há ainda registros e destaque entre os entrevistados de desinformação sobre a chamada "Lei do tucunaré". Não há clareza sobre as regulamentações de pesca para essa espécie, mas há preocupação com a possibilidade de multas para os pescadores artesanais.

Esse caso destacou especificamente como a desinformação também pode ser usada em disputas políticas no setor pesqueiro.

As organizações que representam os pescadores artesanais levaram a questão ao Conselho Estadual de Pesca e Aquicultura (CONEPA), onde o conteúdo da lei proposta foi discutido, exigindo um esforço para separar as informações falsas das verdadeiras.

A chamada "lei do tucunaré" refere-se a um projeto de lei em tramitação na Assembleia Legislativa do Estado do Amazonas, que contempla a criação de regulamentos para a pesca artesanal do tucunaré-açu na bacia amazônica, dando prioridade à pesca esportiva desse peixe que impulsiona o turismo local. É do interesse dos pescadores esportivos que a pesca artesanal do tucunaré seja proibida, a fim de preservar a espécie para a pesca esportiva, que captura e solta o peixe. Os trabalhadores da pesca artesanal alegam que a proibição da pesca da espécie poderia afetar a subsistência das pessoas que dependem do comércio do animal para sua sobrevivência.

3.3. OPORTUNIDADES DE COMUNICAÇÃO PARA CONSERVAÇÃO

3.3.1 A COMUNICAÇÃO POR “BOCA A BOCA” É UM MEIO EFICAZ DE COMUNICAÇÃO NO SETOR PESQUEIRO

Os dados coletados na AEI indicam que o contato direto e a comunicação interpessoal direta são meios essenciais de comunicação no setor pesqueiro como um todo, por meio da troca de informações por "boca a boca", expressão que se refere a formas tradicionais de comunicação, principalmente centradas na oralidade. **Embora esse meio de comunicação seja identificado como uma das fontes de desinformação, ele ainda é o mais confiável nas comunidades.**

Os baixos níveis de escolaridade (figura 21), o alto grau de analfabetismo, as grandes distâncias entre as comunidades e as dificuldades de acesso a outros meios de comunicação, devido aos vários fatores discutidos acima, **são alguns dos fatores que explicam a permanência do contato interpessoal, direto e a oralidade como característica cultural e meio de comunicação eficaz entre as populações ribeirinhas da Amazônia.**

Entre os pescadores consultados, 78% não tinham concluído o ensino médio, 40% tinham apenas o ensino fundamental incompleto e 14% se declararam analfabetos. **O nível de escolaridade era mais alto entre os intermediários e os consumidores. Em ambas as**

categorias, 36% dos entrevistados tinham concluído o ensino médio. Entre os pescadores, essa porcentagem é de 19%, enquanto no grupo de consumidores, 14% das pessoas relataram ter ensino superior e, dessas, 5% tinham pós-graduação.

NÍVEL DE ESCOLARIDADE DOS ENTREVISTADOS



Figura 21: Nível de escolaridade dos entrevistados

De acordo com os dados coletados, o aumento da oferta de mídia e serviços, como a telefonia móvel, a Internet e o uso de novas plataformas de comunicação, não diminui a importância do contato interpessoal direto como uma das formas mais poderosas de comunicação entre os públicos. **Quando perguntados sobre o principal meio pelo qual recebem, trocam ou buscam informações sobre pesca, mais de 60% dos entrevistados indicaram o meio “boca a boca”.** Em seguida, vem o WhatsApp, indicado por 26,7% dos entrevistados. O telefone ou rádio ficou em terceiro lugar, com 21,7% dos entrevistados indicando-o como meio de acesso a informações sobre pesca.

Em contrapartida, essas mídias também foram identificadas como os canais por meio dos quais a desinformação circula, conforme observado acima, sendo a mídia social o principal canal para a disseminação de notícias falsas. O reconhecimento de que esses canais são usados como fonte de desinformação não invalida sua credibilidade nas comunidades, pois essas mídias são a única fonte de informações sobre os tópicos de interesse e os casos de desinformação presentes nesses canais são menos frequentes quando se considera a quantidade de informações que circulam neles regularmente.

Tendo esses elementos em vista, pensar na resposta à desinformação implica menos exclusão dos canais em que ela circula e mais reeducação sobre o uso seguro dessas mídias. **Destacamos que a televisão, que é o meio consumido por 59,67%, está longe de atender às necessidades de informação sobre pesca, com apenas 4,5% das respostas.**

MEIO EM QUE OS ENTREVISTADOS INDICAM QUE MAIS RECEBEM INFORMAÇÕES SOBRE A PESCA



Figura 22: Meio em que os entrevistados indicam que mais recebem informações sobre a pesca

As funcionalidades do WhatsApp são bem adequadas à comunicação oral entre os atores do setor pesqueiro, pois permitem a troca de mensagens de áudio e chamadas de vídeo, o que também responde aos desafios impostos pelas altas taxas de analfabetismo relatadas entre os participantes da pesquisa.

Assim, o contato direto interpessoal pelo meio oral pode ocorrer mesmo à distância e sem contato físico entre as pessoas. O importante, nesses casos, é trocar informações diretamente e dentro de

redes de confiança e reciprocidade. Portanto, é importante que a comunicação e disseminação de informações considere utilizar formatos que atendam ao conhecimento tradicional e de mídia do público, como áudio e vídeo.

A importância e o alcance desse tipo de comunicação também foram observados na pesquisa qualitativa, durante as entrevistas e nas mesas-redondas. **O contato interpessoal direto amplia o alcance de outras plataformas, como rádio e WhatsApp, e contribui para a disseminação de informações que, por seu emissor, estão associadas a um aspecto muito importante nesse contexto: a confiança.**

Entre as pescadoras que participaram da mesa redonda promovida pela pesquisa, algumas observaram que ficaram sabendo da atividade por meio de um familiar ou amigo e este ficou sabendo por meio de uma mensagem de WhatsApp ou de uma estação de rádio que transmitiu a informação. **As mulheres também observaram que essa prática (boca a boca) é especialmente importante em comunidades sem internet ou eletricidade.**

Nesse contexto, em que o diálogo direto interpessoal é um meio de comunicação forte e difundido, a produção e a disseminação de informações mais técnicas ou especializadas relacionadas à conservação ou à pesca têm pouco alcance entre o público. Embora esses materiais informativos sejam de alta qualidade técnica, eles tendem a se limitar a alguns grupos específicos sem atingir seus públicos-alvo reais.

Para atingir um público mais amplo por este meio interpessoal, é necessário um trabalho prévio de "tradução cultural" ou processamento das informações para adaptá-las à dinâmica da comunicação direta entre as pessoas, com base em relações de confiança.

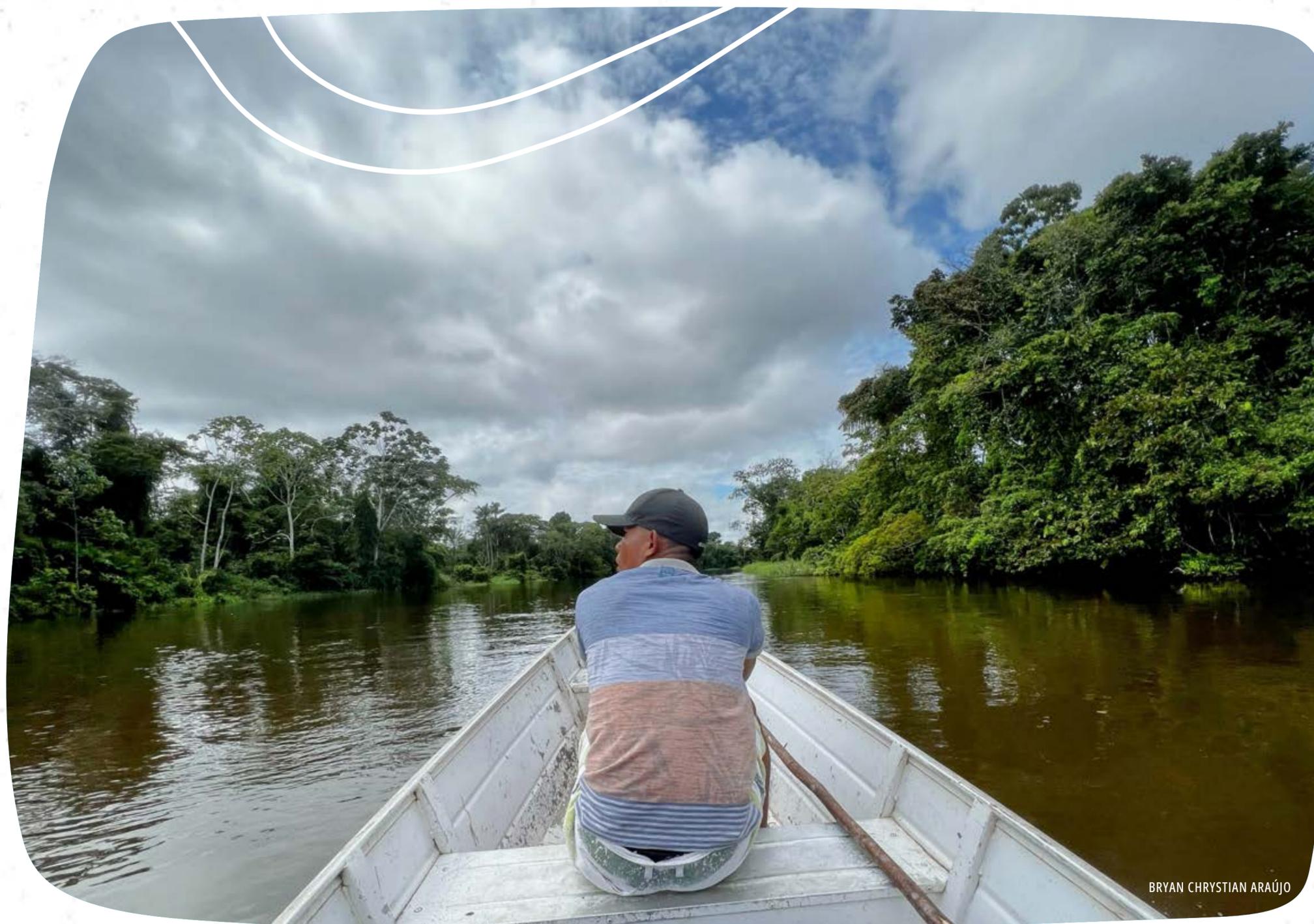
A troca de informações nas relações interpessoais não está livre de problemas como a desinformação e a disseminação de notícias falsas, que evidentemente também podem circular. **Devido à natureza ilegal do comércio e do consumo de quelônios, essas informações são transmitidas principalmente por meio de comunicação direta e informal.** Algumas pessoas relatam que basta pedir a amigos e parentes para encontrar os animais à venda na casa dos vendedores ou até mesmo em feiras da cidade.

"As pessoas chegam ao mercado e perguntam: 'Tem algum animal aí? Todo mundo sabe que é um quelônio, os moradores de Manacapuru já sabem quem vende, tem comerciantes que vendem no próprio mercado. É clandestino, mas vende muito'"

Não identificado – Fala de participante durante a roda de conversa promovida pela pesquisa.

A comunicação e a troca direta de informações entre as pessoas continuam sendo altamente relevantes e operacionais no setor pesqueiro como um todo. A **formação da opinião pública sobre questões delicadas, como pesca ilegal, inspeção, gestão da pesca, governança do setor e políticas públicas, depende em grande parte desse meio informal e interpessoal (boca a boca).**

Portanto, mesmo com o uso generalizado de novas tecnologias e plataformas de comunicação, o chamado meio de "boca a boca" continua sendo um veículo importante e culturalmente apropriado.



BRYAN CHRYSIAN ARAÚJO

3.3.2 REUNIÕES PRESENCIAIS E TROCA DE INFORMAÇÕES

Para as organizações que representam os pescadores, como colônias, associações e sindicatos, as reuniões presenciais são a forma oficial e mais comum de comunicação com seus membros e parceiros. Elas já estão bem estabelecidas na dinâmica de funcionamento das organizações e são um espaço confiável para a troca de informações com seus membros.

Em entrevistas, a Colônia de Pescadores de Manacapuru Z-9 realiza reuniões mensais na sede da organização. Um representante da Associação de Pescadores e Pescadoras Artesanais, Agricultores e Agricultores Familiares do Município de Manacapuru (UNIPESCA), por outro lado, afirmou que eles realizam reuniões a cada três meses, enquanto um delegado do SindPesca disse que eles realizam três reuniões por ano. As organizações em Manaus também mencionaram reuniões mensais, mas não foi possível explorar a frequência e a dinâmica das reuniões devido à recusa de seus representantes em participar da pesquisa.

"Encontramos as informações nas organizações. As organizações realizam reuniões a cada três meses ou mensalmente".

"A cada três meses temos nossa reunião, nós os chamamos para conversar sobre as coisas, para ver o que foi resolvido durante esses noventa dias, para ver o que precisa ser mudado".

Não identificado – Entrevistado durante a pesquisa, vinculado à organização do terceiro setor

"Fazemos os convites, realizamos as reuniões. Nós os informamos sobre o que está acontecendo, porque temos muitas pessoas que viajam e, às vezes, elas não sabem. Geralmente fazemos isso todo mês aqui em Manacapuru. Nós os convidamos por e-mail, WhatsApp, boca a boca, procuramos o "bode" e o convidamos. Temos vários outros, então um passa para o outro e assim por diante".

Não identificado – Entrevistado durante a pesquisa, vinculado à organização do terceiro setor

As reuniões são a melhor maneira de as organizações que representam pescadores e pescadoras se comunicarem com seus membros. No entanto, por serem presenciais e coletivas, elas não servem apenas para a troca de informações. Elas são um espaço para a confiança, para gerar sentimento de pertencimento e coletividade, estabelecendo entendimentos mútuos e deliberar sobre as questões em pauta.

Da mesma forma, reuniões regulares são os espaços utilizados por representantes de diferentes órgãos públicos e outras organizações, em colaboração com seus líderes, para garantir que informações importantes sobre o setor pesqueiro cheguem ao maior número de pessoas. O Sindicato de Proprietários de Barcos Pesqueiros do Estado de Amazonas (SINDARP) registrou uma participação de cerca de 300 pessoas nas reuniões realizadas pela organização. Em 2014, durante uma tentativa de incluir a espécie jaraqui no período de defeso, cerca de 580 pescadores e proprietários de barcos de pesca se mobilizaram em frente à sede da Companhia Nacional de Abastecimento (CONAB) em Manaus.

Entretanto, um dos principais problemas na realização dessas reuniões é o custo logístico. Portanto, sem substituir a realização desses eventos ou diminuir a necessidade deles, os líderes das organizações representativas da pesca adotaram a tecnologia para transmitir informações. Todas as organizações entrevistadas relataram o uso de grupos de WhatsApp para se comunicar com seus membros, convocar eventos, receber reclamações, trocar informações para atualizar registros e implementar políticas públicas, entre outros.

"É difícil, eu fiz uma grande reunião [na época das eleições] com 2.000 pescadores; gastei 12.000 reais para trazer essas pessoas. Em uma reunião. Você freta um barco, uma lancha rápida. O barco os leva para a reunião, depois os pega e vai para as comunidades".

Não identificado – Entrevistado durante a pesquisa, vinculado à organização do terceiro setor.

"As reuniões geralmente são presenciais. Quando sou convidado para uma reunião, é muito raro eu não ir, só se eu estiver muito doente. Não é barato para a instituição, qualquer passagem para Brasília é um absurdo. Fora a hospedagem e tudo mais. Então, geralmente é de seis a sete mil reais [...] mas é o seguinte: se o presidente sentar aqui nessa cadeira em frente a uma mesa com um computadorzinho.... Se ele não for procurar informação, ele não vai encontrar aqui".

Não identificado – Entrevistado durante a pesquisa, vinculado à organização do terceiro setor.

3.3.3 USO DE RÁDIO AMADOR E RADIOTELEFONIA

O uso de rádio e rádio amador está mais relacionado às atividades operacionais de pesca e menos como meio de divulgação de notícias. De acordo com os entrevistados, os rádios de ondas curtas (5.000 metros) são mais comuns nas embarcações, pois são necessários para a comunicação interna. São os membros da tripulação dos barcos de pesca que identificam a passagem dos diferentes cardumes e avisam os outros para organizar as estratégias de captura.

"O meu [barco] a motor tem rádio, ele tem rádio, eu marco um horário 'x' quando ele está no rio, eu olho sempre ao meio-dia e chamo eles e me comunico, eu sei o que está acontecendo, onde eles estão, se estão matando peixe, em que região eles estão no purús, e eu me comunico porque eu tenho rádio, mas nem todo mundo consegue...". Hoje em dia, para fazer um aparelho desses, você tem que pagar quase 20 mil reais, tem que ter uma base em casa e uma base no barco, porque senão você não consegue se comunicar, é muito mais caro que um iPhone, ter um rádio no barco [...] não é o VHF, que é mil e poucos reais, é o rádio, você fala e se comunica [...] quase todos os barcos têm televisão, você vê o jornal, mas para falar com a sua família, você não consegue se comunicar com eles".

Não identificado - Entrevistado durante a pesquisa, vinculado ao setor pesqueiro.



3.3.4 FORTALECIMENTO DAS REDES E DA COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL

Além das organizações representativas, as outras organizações que compõem a rede de atores do setor pesqueiro - órgãos públicos, organizações não governamentais e instituições de pesquisa acadêmica - têm suas próprias redes e fornecem informações de diferentes maneiras.

Os órgãos públicos estaduais do setor têm Assessorias de Comunicação (ASCOMs) bem estruturadas, o que indica uma capacidade de produzir mensagens. **Entretanto, produzir mensagens não significa necessariamente produzir informações que atendam às demandas e às necessidades dos atores com os quais interagem.** O perfil comum desses escritórios é a comunicação institucional e a divulgação das atividades realizadas por cada agência. Nesse caso, o foco principal é a mídia externa, sendo necessária uma estratégia e a estruturação de processos para direcionar mensagens e transmitir informações ao público-alvo das políticas públicas.

Os escritórios de comunicação dos órgãos públicos estão cientes de que há uma deficiência na comunicação com seus diferentes públicos. Alguns dos entrevistados acreditam que a mensagem de conservação precisa ser reforçada, sem prejudicar as mensagens sobre a importância do setor para a geração de renda. **Informações importantes que eles sugerem que poderiam estar mais amplamente disponíveis são: legislação pesqueira, informações técnicas sobre questões biológicas e ecológicas relacionadas a espécies de peixes e o perfil socioeconômico do público-alvo.**

"A principal dificuldade é fazer com que as pessoas entendam o que fazemos [requer] um trabalho anterior [...] em educação ambiental [...] falta uma abordagem voltada para o público, [...] reforçar as mensagens de que essas ações têm de ser participativas; convocar as pessoas, mas isso começa com a comunicação de base; integrar todos os públicos em micro comunicações para que todos falem a mesma língua; [...] falta educação sobre o que são políticas públicas".

Não identificado - Entrevistado durante a pesquisa, vinculado à órgão governamental.

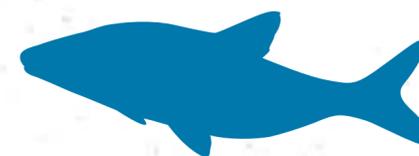
"A regulamentação é entendida como proibição [...] temos que construir a mesma narrativa para que as pessoas [entendam que] ordem é sinônimo de paz, alegria, tranquilidade, usando-a de forma racional".

Não identificado - Entrevistado durante a pesquisa, vinculado à organização do terceiro setor.

"Uma coisa que sempre me preocupa muito é a pesca predatória [...] eu acho que os pescadores têm que ter consciência de que amanhã eles vão perder [...] quando nós éramos mais jovens, nós tínhamos mais peixes grandes, nós temos muito peixe na Amazônia, mas peixes raros, peixes pequenos [...] você não encontra mais pacu grande como antes [...] você não vê mais muito tambaqui; nós estamos planejando fazer alguns cursos no ano que vem para conscientizar".

Não identificado - Entrevistado durante a pesquisa, vinculado à organização do terceiro setor.

A produção de informações sobre políticas e pesquisas sobre pesca e conservação permanece unidirecional, apesar dos esforços dos diversos atores: os órgãos públicos têm assessorias de comunicação que divulgam informações relevantes para pescadores, consumidores e intermediários, mas de forma técnica, pouco acessível. As instituições de ensino e pesquisa são importantes como fontes de informação e acesso a redes mais técnicas, mas não têm estratégias de comunicação diferenciadas para os diferentes públicos-alvo de suas atividades.



Alguns centros implementaram reuniões para transmitir informações, mas não há medição do impacto ou da eficácia da transmissão de mensagens devido ao seu caráter unidirecional.

No Centro de Pesca da Secretaria de Estado do Meio Ambiente (SEMA-AM), por exemplo, a troca de informações com seu público-alvo ocorre principalmente por meio do contato direto entre os gestores das Áreas de Proteção e os pescadores que atuam nessas áreas. **Nesse contexto, as informações circulam principalmente em reuniões convocadas pelo órgão, por meio do contato direto interpessoal, seguido de rádio e WhatsApp, nessa ordem, de acordo com os entrevistados.**

Entre as Organizações Não Governamentais (ONGs) entrevistadas, a produção e a circulação de informações estão ligadas principalmente à implementação de projetos de apoio ao manejo sustentável da pesca, à pesquisa e à conservação. **Devido ao seu perfil mais técnico, as ONGs disponibilizam informações produzidas por órgãos governamentais e instituições de pesquisa, mantendo contato com parte do público pesqueiro, especialmente aqueles envolvidos em ações de conservação.** Há também uma intensa participação dessas organizações em espaços privilegiados de circulação de informações, como redes formais e informais em todas as escalas e níveis, inclusive internacionais, fóruns e conselhos organizacionais, entre outros.

As instituições de pesquisa produzem informações qualificadas e técnicas como resultado de estudos, diagnósticos e pesquisas. **Um dos grandes desafios, entretanto, é o acesso e a linguagem do conhecimento produzido e a manutenção do fator confiança.** A troca de informações entre o meio acadêmico e a população é, muitas vezes, responsável por atividades conhecidas como "atividades de extensão".

"O elo entre a Universidade do Estado do Amazonas e a comunidade sempre serão os alunos [...] através da extensão [...] os projetos são desenvolvidos dentro da comunidade [...] e de vez em quando [...] a comunidade vem. [...] as portas estão abertas, temos uma biblioteca, um laboratório de informática, o que temos aqui também é para a comunidade usufruir".

Não identificado – Entrevistado durante a pesquisa, vinculado ao setor acadêmico.

Assim como acontece com os órgãos públicos, a imprensa frequentemente recorre ao meio acadêmico para esclarecer questões controversas ou que exigem explicações mais detalhadas do que o senso comum. Um dos problemas é que os estudos muitas vezes ainda são inconclusivos ou exigem mais tempo para produzir dados cientificamente válidos. Esse foi o caso da história da urina preta, uma controvérsia que teve um impacto direto no setor pesqueiro.

"Nós [...] não temos um canal de comunicação entre a academia e a população [...] o exemplo da urina preta, quando a informação chega a gente vê que não veio da academia [...] chegou por um alerta de pânico, alguém que descobriu e tal, e foi para as redes sociais e viralizou rapidamente. [...] também foi ruim para nós, porque tivemos uma crise no setor pesqueiro que não precisava ter acontecido [...] a informação tem que chegar até nós da maneira correta, senão cria pânico e os comerciantes do mercado vão à falência, os pescadores também passam fome porque a população não quer mais peixe. E nós sabemos que não é assim [...] agora estamos no meio dessa epidemia de mercúrio [...] e tem uma coisa que pouca gente sabe, mas as principais espécies comercializadas são as que mais acumulam, são as que mais se contaminam".

Não identificado – Entrevistado durante a pesquisa, vinculado ao setor acadêmico.



RAMÓN ANTONIO MENDOZA

3.3.5 INFORMAÇÕES PARA O CONSUMO RESPONSÁVEL

Os dados das entrevistas indicam que as informações sobre o setor pesqueiro circulam em um ambiente restrito. É mais comum ouvir falar de pesca entre pescadores e comerciantes e organizações que trabalham diretamente com esses públicos. **Entre os consumidores, o assunto é menos prioritário ou recebe menos atenção, exceto quando a informação tem implicações para a saúde pública.**

Quando perguntados com que frequência eles "recebem, trocam ou buscam informações sobre peixes", 90,22% dos pescadores indicaram uma frequência maior (entre todos os dias e algumas vezes por mês). Entre os intermediários, essa porcentagem caiu para 58,54%. Apenas 40,79% dos consumidores que responderam a essa pergunta afirmaram ter algum tipo de frequência nesse tipo de troca. **A relação dos consumidores com a pesca parece se limitar, em geral, à compra em si. Para isso, eles simplesmente recorrem aos pontos de venda que já conhecem, principalmente os comerciantes dos mercados e feiras.**

FREQUÊNCIA COM QUE OS ENTREVISTADOS RECEBEM INFORMAÇÕES SOBRE PESCA, POR CATEGORIA DE PÚBLICO

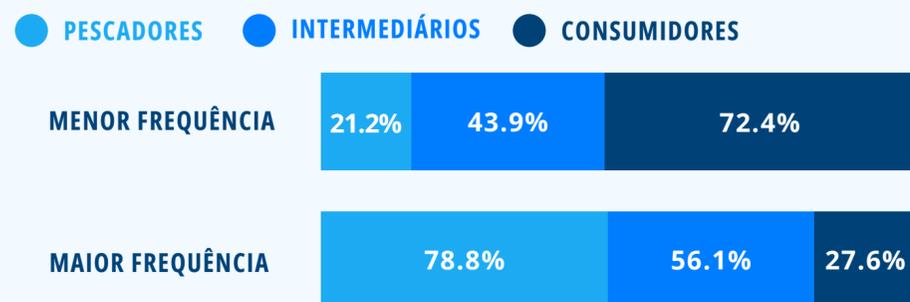


Figura 23: Frequência com que os entrevistados recebem informações sobre pesca, por categoria de público



INSTITUTO INTERNACIONAL DE
EDUCAÇÃO DO BRASIL - IEB

Esses diferentes níveis de envolvimento e demanda por informações sobre pesca também se refletem em outras perguntas do questionário. **Por exemplo, quando perguntados sobre a importância das informações sobre pesca em sua rotina, a maioria dos pescadores, representando 97,29% do total, indicou que considera esse tipo de informação "importante" ou "muito importante".** Embora 73,69% dos consumidores também considerem o tópico "importante" ou "muito importante".

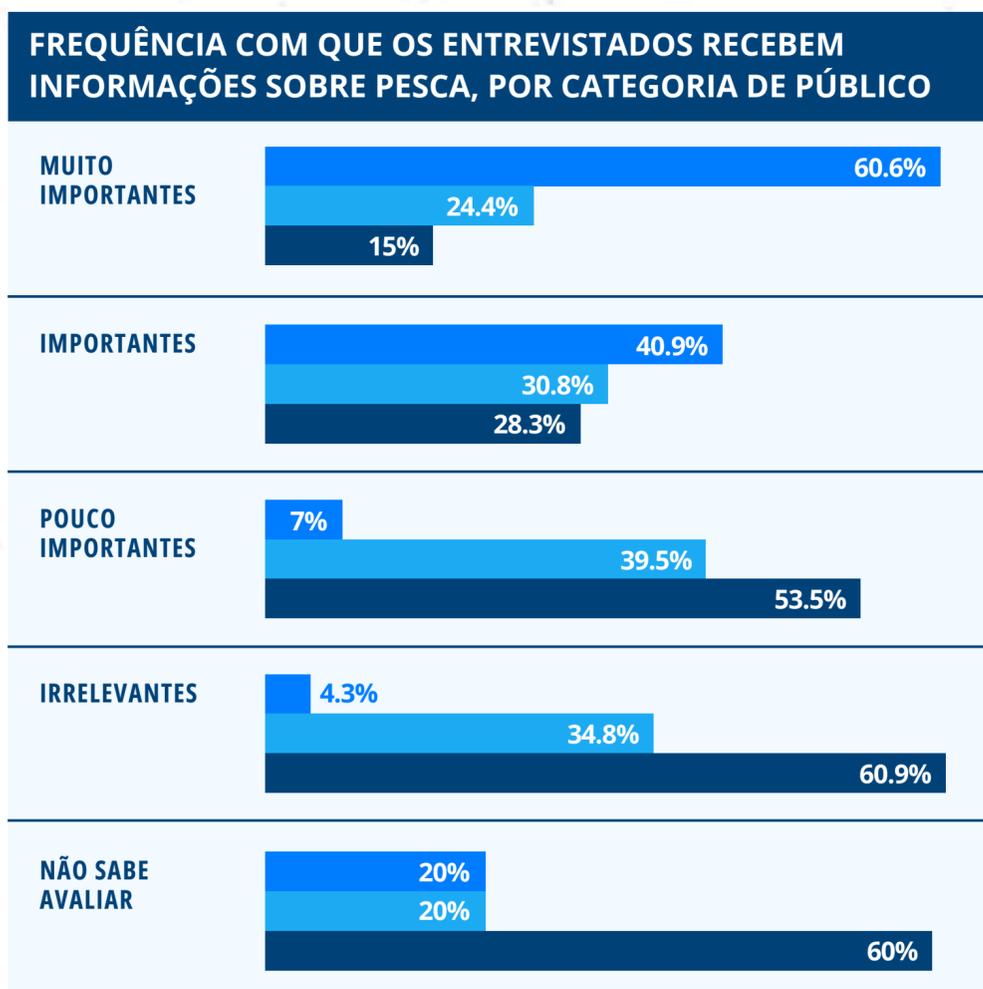


Figura 24: Frequência com que os entrevistados recebem informações sobre pesca, por categoria de público

Quando perguntados se as informações são suficientes, os consumidores ficaram menos "satisfeitos" com a disponibilidade de informações: 24,4% não consideraram as informações disponíveis suficientes. Os pescadores e os intermediários entrevistados ficaram mais satisfeitos com as informações fornecidas. Esses números podem reforçar a ideia de que as informações sobre pesca estão limitadas aos círculos mais específicos de atores e profissionais envolvidos e não circulam com tanta força fora desse contexto, mas há um interesse entre os consumidores.

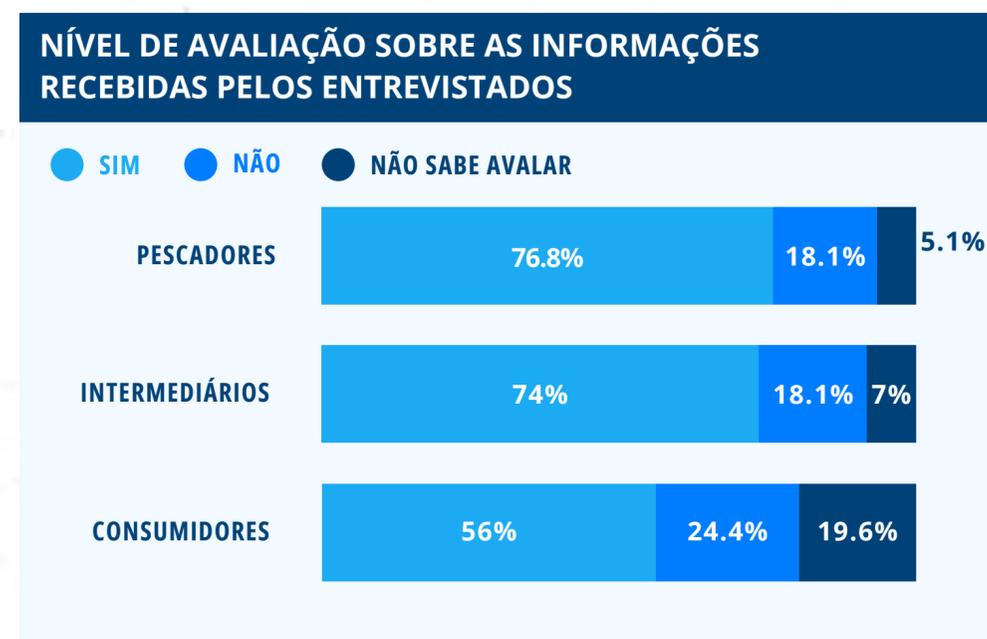


Figura 25: Nível de avaliação sobre as informações recebidas pelos entrevistados

Levando em conta que o peixe representa a principal fonte de proteína para consumo humano na região (Gandra, 2010), **é importante observar que o envolvimento limitado da mídia com a questão** - e aqui consideramos tanto a mídia tradicional quanto as novas formas digitais de comunicação - **pode ser um fator limitante para diálogos e debates mais abertos sobre ações e políticas públicas envolvendo o setor.**

Além disso, o tema tende ganhar novos contornos e destaque na agenda midiática quando ocorrem doenças e crimes relacionados à pesca. **Nessas ocasiões, é comum que ocorra uma comoção no sentido de reduzir o consumo, causar desinformação e gerar prejuízos significativos para a cadeia da pesca em geral.**



FATİH GÜNEY

3.3.6 ABORDAGENS PARA INFORMAÇÕES SOBRE A PRODUÇÃO PESQUEIRA

Apesar da importância do setor pesqueiro no Amazonas, não existe uma política de produção frequente de estatísticas pesqueiras, monitoramento ou coleta de dados primários sobre o setor para produzir informações confiáveis. A falta desse tipo de informação pode levar à tomada de decisões sem base na realidade e dificultar a compreensão das mudanças ocorridas ao longo do tempo, bem como a realização de projeções futuras para o desenvolvimento de políticas públicas e o apoio ao trabalho das organizações que atuam no setor. Além disso, a falta de dados e informações confiáveis dá margem a manipulações, especulações e controvérsias sobre questões relacionadas à pesca.

"Nós sofremos muito com isso, porque não só não temos [estatísticas de pesca]. As que temos são restritas, não podemos divulgá-las [...] há informações entre nós [...] não é mais importante só vender essas informações para os gestores, porque [...] eles não querem nos ouvir".

Não identificado – Entrevistado durante a pesquisa, vinculado ao setor acadêmico e de pesquisa.

O Instituto de Desenvolvimento Agropecuário e Florestal Sustentável do Amazonas (IDAM) publica e disponibiliza em seu site um Relatório Trimestral de Acompanhamento - RAT (IDAM, 2023). No entanto, não há informações precisas sobre o perfil das pessoas em cada atividade, com recorte de gênero e idade, para produzir inferências mais precisas. **As informações da agência geralmente não são digitalizadas e estão localizadas nos escritórios locais da agência.**

A SEMA-AM, cujas funções no setor pesqueiro estão limitadas às Unidades de Conservação (UCs), dispõe de informações coletadas por meio de diagnósticos elaborados para a construção e revisão dos planos de manejo das unidades. Em seu site, o órgão também disponibiliza informações sobre acordos de pesca (SEMA AM, 2023). **Nesses casos, os próprios grupos gestores elaboram seus relatórios, com base nas exigências do Instituto Brasileiro de Meio Ambiente e de Recursos Naturais Renováveis (IBAMA), que aprova as cotas de pesca.** Assim como a SEMA, o IBAMA prepara as informações em relatórios específicos que não são facilmente acessíveis.

A SEPA/SEPROR-AM é o órgão mais bem posicionado para se aproximar da realidade e obter dados específicos em coordenação com os setores de pesca de outros órgãos. Em 2021, a Secretaria anunciou o lançamento do "Programa de Estatística Pesqueira", com o objetivo de produzir e divulgar dados oficiais sobre a produção pesqueira no Amazonas (SEPROR AM, 2021).

Atualmente, o órgão está implementando uma ação de registro e cadastramento de pescadores profissionais no sistema on-line do Governo Federal, por meio de uma campanha denominada "Atualiza Pescador" (figura 26) que também inclui parcerias com municípios e organizações comerciais (SEPROR AM, 2023).

"Nós criamos esse canal de comunicação, o Atualiza Pescador [...] com a ideia de que eu pudesse fazer essa pesquisa que vocês estão fazendo com todas as organizações, uma pesquisa para que todos soubessem o endereço, o nome, o telefone de cada um, quantos

pescadores, se eles têm seguro defeso, quantos não têm, quantas carteiras estão retidas, quantas já receberam, esses dados para que a gente possa trabalhar as políticas públicas [...] Agora que eu terminei, eu vou sensibilizar o governador para que todas essas informações sejam catalogadas no site da SEPA. Se eu conseguir mais algum financiamento, vou tentar fazer um aplicativo [...] e todo mundo vai poder ter informações sobre fábricas de gelo, como criar uma lagoa, como obter uma licença ambiental, essas coisas, informações mais técnicas e legislação".

Não identificado – Entrevistado durante a pesquisa, vinculado à órgão governamental.

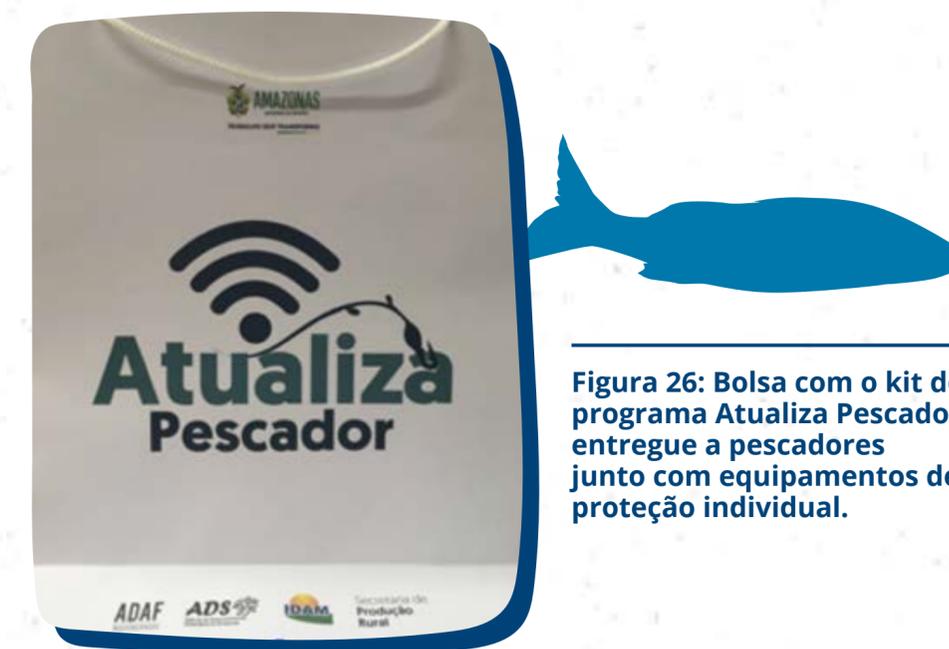


Figura 26: Bolsa com o kit do programa Atualiza Pescador, entregue a pescadores junto com equipamentos de proteção individual.

Embora esses atores estatais e governamentais precisem coletar dados socioeconômicos, estatísticas de monitoramento da pesca, desembarques e preços para a tomada de decisões e a formulação de políticas, as estratégias adotadas com base em aplicativos móveis para essa coleta de informações não são bem-sucedidas, pois não correspondem às capacidades de acesso e consumo dos pescadores e carecem de mecanismos de feedback e diálogo para criar confiança para ações futuras.

Embora tenha sido anunciado um programa de monitoramento das estatísticas de pesca em geral e dos desembarques de pesca em particular, essas informações continuam indisponíveis para o Amazonas. Até o momento, houve apenas três edições dessas publicações: em 2009, 2010 e 2011. Um estudo citado, embora também desatualizado, é o de Gandra (2010). O governo estadual publicou recentemente uma nota técnica, mas ela se limitou à pesca da espécie piracatinga.

"Algo muito importante é o conhecimento do pescado desembarcado no estado, informação que não temos acesso. Tentamos várias vezes desenvolver projetos [...] sobre o volume de produção e espécies, diferente de outros países que levam essas questões mais a sério [...] os Estados Unidos, Portugal e Canadá têm séries históricas de mais de 80 anos de pesca industrial. Nós temos dificuldades [...] depende muito do governo, se o governo valorizar a gente consegue desenvolver [...] o anterior extinguiu o Ministério da Pesca, e quando enfraquecemos os setores acabamos perdendo essas informações [...] os desembarques são um ponto fraco do nosso setor, até agora não conseguimos estabelecer um protocolo de dados de desembarque".

Não identificado – Entrevistado durante a pesquisa, vinculado ao terceiro setor.

Na ausência de tais dados, outras organizações, instituições de ensino e pesquisa e organizações não governamentais estão dispostas a tentar produzi-los e disponibilizá-los de alguma forma. Esse é o caso do Instituto Mamirauá de Desenvolvimento Sustentável (IDSM). O IDSM, por meio do Programa de Manejo de Pesca, monitora os desembarques de peixes no município amazonense de Tefé desde 1992. A partir de 2017, incluiu os municípios de Fonte Boa e Santo Antônio do Itá. Os dados são coletados diariamente, exceto aos domingos, nos mercados e feiras locais.

Na ausência de dados e estatísticas sobre a pesca, as iniciativas de monitoramento por parte dos pescadores podem ser uma alternativa viável, apesar das limitações para ganhar escala (Santos et al, 2022). O uso do aplicativo WCS Ictio é uma dessas iniciativas mencionadas durante as entrevistas da AEI. Em termos de gestão de pesca, o Coletivo Pirarucu é outra organização em rede que, devido às suas características, é capaz de reunir organizações e informações sobre o assunto.

"Eu comecei a estudar os sites [...] e tentei fazer com que as pessoas falassem comigo pessoalmente, falei com o ex-secretário, com os presidentes das três grandes federações. [...] Tem um programa pequeno que eu peguei algumas informações [Ictio, da WCS][60], peguei muitas informações de lá, mas a média foi da página do IBAMA; eu procurei na página, peguei o e-mail, sobre as espécies usadas aqui no Amazonas. [No aplicativo] eu peguei todas as informações sobre pirarucu, tambaqui, Aruanã, Mapará, Caparari, [para atualizar a placa de proibição]".

Não identificado – Entrevistado durante a pesquisa, vinculado à órgão governamental.

Em resumo, as informações sobre a produção e os desembarques pesqueiros são escassas, fragmentadas, coletadas e analisadas esporadicamente e concentradas principalmente nos centros urbanos.

O Estado do Amazonas não dispõe de meios e recursos suficientes para coletar, organizar e disponibilizar os dados básicos para atender às demandas dos atores envolvidos. A complexidade organizacional do setor pesqueiro também se reflete na fragmentação das informações sem uma estrutura capaz de coletar, reunir, analisar e disponibilizar dados e informações.

O desenvolvimento da inteligência pesqueira e a gestão das informações sobre o setor é uma necessidade e uma demanda recorrente entre os responsáveis pelos diferentes órgãos públicos, pesquisadores, técnicos de ONGs e iniciativas de gestão e conservação dos recursos pesqueiros.

4. BIBLIOGRAFIA

Anatel - Agência Nacional de Telecomunicações (2023). Governo Federal. Acesso em 29 de agosto de 2023. Disponível em <https://www.gov.br/anatel/pt-br/dados>

Assunção, S. (2022, 16 de novembro). Pelo menos 10 mil pescadores poderão receber Seguro-Defeso retroativo a 2015-2016 no Acre. AC24HORAS. Acesso em 29 de agosto de 2023. Disponível em <https://ac24horas.com/2022/11/16/ao-menos-10-mil-pescadores-poderao-receber-seguro-defeso-retroativo-a-2015-16-no-acre/>

Atlas da Notícia (2023). Dados e estatísticas. Acesso em 10 de agosto de 2023. Disponível em <https://www.atlas.jor.br/dados/app/>

Baster, R; Tavares, V. (2023, 18 de abril). Desinformação, desertos de notícias e os impactos na Amazônia. Le Monde Diplomatique Brasil. Acesso em 10 de agosto de 2023. Disponível em <https://diplomatique.org.br/desinformacao-desertos-de-noticias-e-os-impactos-na-amazonia>

Bentes, A. R., & Vieira, I. M. C. (2022). Mídia e violência contra a mulher: A abordagem jornalística do feminicídio no Portal do Holanda. Inicia com, 11(03). Disponível em: <https://revistas.intercom.org.br/index.php/iniciacom/article/view/4084/2850>

Bragança, D. (2016, 16 de março). STF derruba suspensão e defesa volta a valer. O Eco. Acesso em 29 de agosto de 2023. Disponível em <https://oeco.org.br/noticias/stf-derruba-suspensao-e-defeso-volta-a-valer/>

CETIC. Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação. Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos domicílios brasileiros [livro eletrônico]: TIC Domicílios 2021. Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR. -- São Paulo : Comitê Gestor da Internet no Brasil, 2022.

Dudziak, A. (2003). Information literacy: princípios, filosofia e prática. Ciência da Informação, Brasília, v. 32, n.1, p. 23-35.

Faddul, J. (2022, 17 de junho). O que a pesca ilegal tem a ver com a morte de Bruno e Dom. Notícias UOL. Acesso em 29 de agosto de 2023. Disponível em <https://noticias.uol.com.br/cotidiano/ultimas-noticias/2022/0/17/o-que-a-pesca-ilegal-tem-a-ver-com-o-narcotrafico-e-a-morte-de-bruno-e-dom.htm>

Fiocruz - Fundação Oswaldo Cruz (2021). Análise Regional dos Níveis de Mercúrio em Peixes Consumidos pela População da Amazônia Brasileira: um alerta em saúde pública e uma ameaça à segurança alimentar. Acesso em 29 de agosto de 2023, disponível em <https://informe.ensp.fiocruz.br/assets/anexos/2441a041be660fb-7575f8fe0bf6f8f34.PDF>

Gandra, M. (2010). O mercado de pescado da região metropolitana de Manaus. Infopesca. Acesso em 29 de agosto de 2023. Disponível em <https://www.infopesca.org/sites/default/files/complemento/publiclibreacceso/282/Manaus-completo.pdf>

Guimarães, P; Rodrigues, C. (2022, 29 de agosto). 4 em cada 10 brasileiros afirmam receber notícias falsas diariamente. CNN. Acesso em 29 de agosto de 2023. Disponível em <https://www.cnnbrasil.com.br/nacional/4-em-cada-10-brasileiros-afirmam-receber-fake-news-diariamente/>

G1. (2021a, 10 de setembro). Doença da urina preta: estados registram casos de síndrome relacionada ao consumo de peixes. G1. Acesso em 29 de agosto de 2023. Disponível em <https://g1.globo.com/ciencia-e-saude/noticia/2021/09/10/doenca-da-urina-preta-estados-registram-casos-de-sindrome-relacionada-ao-consumo-de-peixes.ghtml>

G1. (2021b, 10 de setembro). AM tem 78 casos suspeitos de 'doença da urina preta' e já registra pior surto da história. G1. Acesso em 29 de agosto de 2023. Disponível em <https://g1.globo.com/ciencia-e-saude/noticia/2021/09/10/doenca-da-urina-preta-estados-registram-casos-de-sindrome-relacionada-ao-consumo-de-peixes.ghtml>

IDAM - Instituto de Desenvolvimento Agropecuário e Florestal Sustentável do Amazonas (2023, junho 20). RELATORIO DE ATIVIDADES - RAT 22. Acesso em 29 de agosto de 2023. Disponível em <http://www.idam.am.gov.br/biblioteca/relatorio-de-atividades-rat-22/>

Infomoney (2023, 2 de agosto). Anatel começa a instalar fibra ótica nos rios da Amazônia com dinheiro do IG. Acesso em 29 de agosto de 2023. Disponível em <https://www.infomoney.com.br/consumo/anatel-comeca-a-instalar-fibra-optica-nos-rios-da-amazonia-com-dinheiro-do-5g/>

Kantar (2020, 11 de março). Tempo Médio Consumido com TV Aumenta Entre os brasileiros. Kantar IBOPE Media. Acesso em 1º de fevereiro de 2022. Disponível em: <https://www.kantaribopemedia.com/tempo-medio-consumido-com-tvaumenta-entre-os-brasileiros/>

Lemos, R. (2023, 20 de agosto). Starlink se espalha na Amazônia. Folha de São Paulo. Acesso em 29 de agosto de 2023. Disponível em <https://www1.folha.uol.com.br/columnas/ronaldolemos/2023/08/starlink-se-espalha-na-amazonia.shtml>

MATOS, O.F.; PEREIRA, D.V.; LOPES, G.C.S.; FREITAS, C.E.C.; SIQUEIRA-SOUZA, F.K. Características da frota e avaliação do desembarque de pescado na Amazônia Central. In: C.A.M. CORDEIRO, D.S. SAMPAIO, F.C.A.F. HOLANDA, orgs. Engenharia de pesca: aspectos teóricos e práticos. Guarujá: Editora Científica Digital, pp. 117-137, 2021.

MATOS, O.F.; LOPES, G.C.S.; FREITAS, C.E.C. 2018. A pesca comercial no baixo rio Solimões: uma análise dos desembarques de Manacapuru/AM. Biota Amazônia (Biote Amazonie, Biota Amazonia, Amazonian Biota), v. 8, n. 4, p. 1-8, 2018.

Neves, R. (2023, junho 5). Garimpo ilegal e poucas escolas: como internet de Musk chegou à Amazônia. Notícias UOL. Acesso em 29 de agosto de 2023, disponível em <https://noticias.uol.com.br/cotidiano/ultimas-noticias/2023/06/05/como-esta-internet-de-elon-musk-um-ano-apos-visita-ao-brasil.html>

O Globo (2021, 31 de agosto). Amazonas vive surto da 'doença da urina preta' com mais de 40 casos e internações. Acesso em 29 de agosto de 2023. Disponível em <https://oglobo.globo.com/saude/amazonas-vive-surto-da-doenca-da-urina-preta-com-mais-de-40-casos-internacoes-entenda-25178211>

Pavan, B. (2022, 10 de agosto). TV paga perde 80 mil assinantes no Brasil em um mês. Isto é Dinheiro. Acesso em 29 de agosto de 2023. Disponível em <https://istoedinheiro.com.br/tv-paga-perde-80-mil-assinantes-no-brasil-em-um-mes/>

Pinheiro, P (2022). Da utopia da participação global na Web 2.0 às fake news nas redes sociais: Uma discussão epistemológica para uma educação crítica. Revista Linguagem em Foco, Fortaleza, v. 14, n. 2, p. 9-28 DOI: 10.46230/2674-8266-14-9347. Acesso em 5 de outubro de 2023. Disponível em: <https://revistas.uece.br/index.php/linguagememfoco/article/view/9347>

Revista Cenarium (2021, 2 de setembro). Suspensão do consumo de peixes é sugerida após surto de rabdomiólise. Acesso em 29 de agosto de 2023. Disponível em <https://revistacenarium.com.br/suspensao-do-consumo-de-peixes-e-sugerida-apos-surto-de-rabdomioliase/>

Rodrigues, R. (2020, 21 de fevereiro). Mais de 60% dos brasileiros não sabem reconhecer notícia falsa. Kaspersky Daily. Acesso em 29 de agosto de 2023. Disponível em <https://www.kaspersky.com.br/blog/fake-news-brasil-pesquisa/14060/>

SEMA - Secretaria de Estado do Meio Ambiente (2023). Núcleo de Pesca. Acesso em 29 de agosto de 2023. Disponível em: <https://meioambiente.am.gov.br/nucleo-de-pesca/>

Sepror - Secretaria de Estado de Produção Rural (2021, 9 de junho). Sepror lança Programa "Estatística Pesqueira" no Estado do Amazonas. Acesso em 29 de agosto de 2023. Disponível em <http://temporario.sepror.am.gov.br/sepror-lanca-programa-estatistica-pesqueira-no-estado-do-amazonas/>

Sepror - Secretaria de Estado de Produção (2023, 26 de junho). Sepror entrega centenas de kits "Atualiza Pescador" em quatro municípios da região metropolitana de Manaus. Acessado em 29 de agosto de 2023. Disponível em <http://www.sepror.am.gov.br/sepror-entrega-centenas-de-kits-atualiza-pescador-em-quatro-municipios-da-regiao-metropolitana-de-manaus/>

Yahya, H. (2023, 31 de janeiro). Jornais impressionam: circulação despensa 16,1% em 2022. Poder360. Acesso em 29 de agosto de 2023. Disponível em <https://www.poder360.com.br/economia/jornais-impresos-circulacao-despenca-161-em-2022/>

