

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO E INFORMAÇÃO

JAQUELINE ORGLER SORDI

OS SENTIDOS DO VERDE NAS PÁGINAS DE ZERO HORA

Porto Alegre, março de 2012.

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO E INFORMAÇÃO

Jaqueline Orgler Sordi

Os sentidos do verde nas páginas de Zero Hora

Dissertação apresentada à banca examinadora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (PPGCOM-UFRGS) como requisito parcial para obtenção do título de mestre.

Orientador: Profa. Dra. Ilza Maria Coutinho Girardi

Porto Alegre, março de 2012.

Jaqueline Orgler Sordi

Os sentidos do verde nas páginas de Zero Hora

Dissertação apresentada à banca examinadora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (PPGCOM-UFRGS) como requisito parcial para obtenção do título de mestre.

Orientador: Profa. Dra. Ilza Maria Coutinho Girardi

BANCA EXAMINADORA

Profa. Dra. Liége Zamberlan

Profa. Dra. Ana Maria Dalla Zen

Profa. Dra. Ana Tais Martins Portanova Barros

Prof. Dr. Rudimar Baldissera (suplente)

RESUMO

O presente trabalho centra-se nas estratégias discursivas e nos sentidos atribuídos ao *verde* pelo jornal Zero Hora, a fim de investigar como o mesmo é construído e se configura no imaginário social. Para tal, foi selecionado como *corpus* desta pesquisa todo material produzido pelo jornal gaúcho Zero Hora ao longo dos últimos quatro anos que continha a expressão “plástico verde”, referente à implantação da nova planta industrial da Braskem no Estado. A sustentação teórica foi estruturada sob três eixos: o Jornalismo, o Verde e o Discurso. O jornalismo foi abordado sob a ótica construtivista, enquanto local de construção, seleção e configuração do acervo de conhecimentos da sociedade; sob a ótica discursiva, entendendo o texto como um discurso, pela sua historicidade e possíveis enquadramentos; e sob a ótica ambiental, que defende um jornalismo de caráter ético e cidadão, comprometido com o interesse público. Optou-se pela Análise do Discurso, que, através de técnicas específicas, identifica as Formações Discursivas, aponta os silenciamentos e as estratégias discursivas que movimentam as intenções dos produtores da notícia. A pesquisa indicou a predominância do discurso ecotecnocrático, que através de estratégias de (re) afirmação e silenciamentos, atribui ao *verde* uma visão filiada a interesses comerciais, distanciando-se de seus sentidos ecológicos originais.

Palavras-Chave: Jornalismo. Jornalismo Ambiental. Análise do Discurso. Verde. Estratégias Discursivas.

ABSTRACT

The present work focus the discursive strategies and the meanings ascribed to *green* by the newspaper Zero Hora, aiming to research how it is built and insert in the social imaginary. For this purpose, there were selected as a *corpus* of this research the news produced by Zero Hora during the last four years that contained the expression “green plastic”, referring the implementation of the new industrial plant of Braskem in the State of Rio Grande do Sul. The theoretical ground was structured under three axis: Journalism, Green and Discourse. Journalism was discussed under the constructive view, as a place of construction, selection and configuration of the complex of knowledge of the society; under the discursive view, considering the text as a discourse, for its historicity and possible framing; and under the environmental view, that considers journalism compromised with the public interests, in a ethical and citizenship way. Analysis of Discourse was chosen for its specific techniques of identifying Discursive Formations, pointing to the silences and discursive strategies that give movement to the producers of the news. The research indicated the prevalence of the ecotheocratic discourse which, through the reaffirmation of the silences, attributes to *green* a vision allied with the commercial interests, outdoing of the original ecological meanings.

Key words: Journalism. Environmental Journalism. Discourse Analysis. Green. Discursive Strategies.

A viagem não acaba nunca. Só os viajantes acabam. E mesmo estes podem prolongar-se em memória, em lembrança, em narrativa. Quando o viajante se sentou na areia da praia e disse: “Não há mais que ver”, sabia que não era assim. O fim duma viagem é apenas o começo doutra. É preciso ver o que não foi visto, ver outra vez o que se viu já, ver na Primavera o que se vira no Verão, ver de dia o que se viu de noite, com Sol onde primeiramente a chuva caía, ver a seara verde, o fruto maduro, a pedra que mudou de lugar, a sombra que aqui não estava. É preciso voltar aos passos que foram dados, para os repetir. E para traçar caminhos novos ao lado deles. É preciso recomeçar a viagem. Sempre.

José Saramago, em *Viagem a Portugal*

AGRADECIMENTOS

Ao finalizar mais uma etapa desta longa viagem que não tem fim, mas que se faz valer pelos conhecimentos adquiridos, pelas amizades conquistadas e pelas lições aprendidas, sinto-me no dever de agradecer àqueles que, de uma forma ou de outra, colaboraram para que este caminho fosse traçado.

Primeiramente, registro minha gratidão pela confiança e dedicação de minha orientadora, Ilza Girardi, que partilhou ao longo destes dois anos as mesmas curiosidades, motivações e ânsias de descobrimentos. Pelas oportunidades proporcionadas, pela dedicação e pelos ensinamentos. E, acima de tudo, por alimentar em mim, através de suas crenças e valores, a paixão pelo Jornalismo e pela Natureza.

Ao programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação, pela aposta no projeto, pela qualidade no ensino e pelos excelentes professores. Aos integrantes do PPGCOM/UFRGS que, de uma forma ou de outra, facilitaram a travessia de algumas barreiras ao longo desta jornada. Aos meus colegas, que fizeram deste árduo trajeto uma viagem um pouco mais serena.

À banca de qualificação, formada pelas professoras e Beatriz Dornelles e Ana Maria Dalla Zen, que me ajudaram a traçar novos caminhos e buscar novos olhares naqueles já percorridos. Registro também meu agradecimento especial à Banca Final, composta pelas professoras Liége Zamberlan, Ana Maria Dalla Zen e Ana Tais Martins Portanova Barros, que se dispuseram a enriquecer esta viagem com seus olhares.

E por último agradeço e dedico este trabalho à minha família e meus amigos que, sempre presentes, me ajudaram a traçar novas rotas, me guiando e me apoiando nesta eterna viagem rumo ao conhecimento.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	11
2 O PENSAR E O MEIO AMBIENTE.....	15
2.1 A (DES)CONSTRUÇÃO DO PENSAMENTO MECANICISTA.....	16
2.1.1 A revolução biológica e os novos conceitos de Humano X Natureza.....	18
2.1.2 A emergência do paradigma da complexidade.....	19
2.2 OS MOVIMENTOS DO “VERDE” NA HISTÓRIA.....	22
2.3 ECONOMIA VERDE: UMA MAQUIAGEM ECOLÓGICA?.....	28
2.4 AS DIFERENTES CORRENTES FILOSÓFICAS ECOLÓGICAS	30
2.4.1 Ecologia Rasa e Profunda.....	31
2.4.2 Os três discursos possíveis: liberal, culturalista e ecossocial	32
2.4.3 Correntes Ecotecnocrática e Ecossocial	33
3 AS (INTER)FACES DO JORNALISMO	35
3.1 O JORNALISMO NA ÓTICA AMBIENTAL	38
3.2 O JORNALISMO PELA ÓTICA DA ANÁLISE DO DISCURSO	41
3.3 AS IMPLICAÇÕES DA LÓGICA EMPRESARIAL SOBRE O JORNALISMO.....	43
4 TRAJETÓRIA METODOLÓGICA	46
4.1 REFLEXÕES SOBRE A ANÁLISE DO DISCURSO	46
4.1.1 Esquecimentos e a Ideologia	48
4.1.2 Interdiscurso, Formações Ideológicas e Formações Discursivas	50
4.1.3 As formas de silêncio	53
4.2 ENTENDENDO O OBJETO DE ESTUDO	54
4.2.1 O plástico Verde	55
4.2.2 As outras “cores” do plástico.....	57
4.2.3 Apresentando o corpus Empírico e Discursivo da pesquisa.....	60
5 CAPTURANDO OS SENTIDOS DO VERDE NAS PÁGINAS DE ZERO HORA	63
6 CONSIDERAÇÃO FINAIS.....	97
REFERÊNCIAS	102
ANEXO 1 - TEXTO 1.....	109
ANEXO 2 - TEXTO 2.....	110
ANEXO 3 - TEXTO 3.....	111

ANEXO 4 - TEXTO 4.....	112
ANEXO 5 - TEXTO 5.....	113
ANEXO 6 - TEXTO 6.....	114
ANEXO 7 - TEXTO 7.....	115
ANEXO 8 - TEXTO 8.....	116
ANEXO 9 - TEXTO 9.....	117
ANEXO 10 - TEXTO 10.....	119
ANEXO 11 - TEXTO 11.....	120
ANEXO 12 - TEXTO 12.....	121
ANEXO 13 - TEXTO 13.....	122
ANEXO 14 - TEXTO 14.....	123
ANEXO 15 - TEXTO 15.....	124
ANEXO 16 - TEXTO 16.....	125
ANEXO 17 - TEXTO 17.....	126
ANEXO 18 - TEXTO 18.....	128
ANEXO 19 - TEXTO 19.....	129
ANEXO 20 - TEXTO 20.....	130
ANEXO 21 - TEXTO 21.....	131

1 INTRODUÇÃO

"Conhecer não é demonstrar nem explicar, é acender a visão." É inspirada na famosa frase de Antoine de Saint-Exupéry que começamos esse trabalho. Mais do que explicar, pretendemos expor diferentes vertentes de uma problemática cada vez mais evidente no século XXI: a intrincada relação do Homem com a Natureza.

José Lutzenberger (1985) expõe essa questão de forma sucinta quando afirma que a visão cartesiana que ainda domina grande parte do pensamento científico atual coloca-nos como observadores externos da Natureza. Este pensamento, dicotômico, entende o ambiente como algo externo a nós, mas no qual estamos total e umbilicalmente imersos.

Essa visão de ambiente se concretiza nas mais variadas atividades sociais/culturais, como nos meios de comunicação e nos projetos empresariais. E é a partir dessa apropriação de conceitos equivocados que a sociedade se forma, se modifica e estabelece suas relações com a Natureza.

Meu ingresso no mundo acadêmico (graduação em Ciências Biológicas (UFRGS) e em Comunicação Social (PUCRS)), no início dos anos 2000, coincidiu com a emergência de uma problemática ainda hoje muito discutida pela sociedade: as consequências (maléficas ou não) da ação do homem pós-revolução industrial sobre a natureza. Ao longo dos primeiros anos como universitária, tive a oportunidade, pela escolha dos dois cursos, de desenvolver uma visão mais crítica sobre o assunto, através de diferentes teorias biológicas e da reflexão sobre o papel da mídia na divulgação, análise e promoção de debates sobre o tema, até hoje polêmico e contraditório.

Mais do que encontrar respostas interessantes, ao longo desses últimos anos percorri caminhos fascinantes, que só foram possíveis pelo mergulho nestas diferentes áreas do conhecimento. Pude perceber distintas formas de valorar a natureza, conforme os interesses de cada disciplina, de cada ator social, e observar, dentro das limitações de uma aluna de graduação, os movimentos de sentidos atribuídos às questões ambientais.

É sobre este último ponto que me atenho, buscando, agora, como mestranda, um olhar aprofundado sobre os sentidos atribuídos especificamente ao discurso "verde". Palavra essa carregada de diferentes significados, usada como símbolo de lutas sociais, políticas e apropriadas pelos setores empresariais. Mas usada também para indicar aquilo que é natural, aquilo que vem da terra. O verde, através do poder de sua cor e da carga semântica de sua palavra, será aqui desvelado histórica e discursivamente.

A razão para esta escolha está na minha própria história, que me permitiu desenvolver um olhar sensibilizado às mudanças que vêm ocorrendo neste território filosófico-científico-cultural. Foi o que me fez perceber a necessidade do estabelecimento de um campo multidisciplinar, no qual é possível uma conversa entre ciência e sociedade através da concordância nos sentidos, mas principalmente através da partilha de um mesmo paradigma, buscando encontrar possíveis formas de superar a atual crise ambiental que nos deparamos.

O apelo “verde” está estampado no nosso cotidiano, interpelado por uma floresta de sentidos. Mesmo um olhar ingênuo pode perceber os diferentes discursos que circulam na nossa sociedade, subjetivando-nos e nos invadindo, seja através da exaustão na repetição ou através do poder de persuasão. O “verde” é constantemente (re)inventado através dos seus ditos e não-ditos, dos interesses e objetivos pelos quais é utilizado.

Este trabalho, através de um recorte demarcado – dadas as limitações de uma dissertação de mestrado – busca ser mais uma peça integrante de uma rede investigativa sobre a comunicação ambiental. Utilizando como pano de fundo a implantação da fábrica da Braskem de plástico verde no estado do Rio Grande do Sul, buscaremos responder ao seguinte questionamento: *Que sentidos foram atribuídos ao “verde” ao longo da cobertura do jornal Zero Hora sobre a implantação da nova fábrica da Braskem?*

O trabalho terá como objetivo geral compreender o processo de produção de sentido sobre o verde pelo jornal Zero hora. Utilizando a Análise do Discurso de linha francesa (AD) nos procedimentos metodológicos, me proponho então a:

- Identificar as formações discursivas sobre o verde a partir das marcas do discurso nos textos analisados;
- Verificar quais as formações discursivas predominantes nos textos analisados;
- Analisar os processos de dominância e silenciamento sobre o “verde” produzidos pelo jornal.

Buscaremos, assim, analisar a cobertura do jornal Zero Hora, publicação de maior circulação no Rio Grande do Sul, sobre este tema, visando identificar quais foram os sentidos atribuídos ao verde através dos discursos dominantes e silenciados observados. Colocaremos em perspectiva o lugar discursivo do jornal e os dizeres sobre o verde, visando discutir como esse jornalismo nomeia o que é ser “verde” na contemporaneidade.

Neste trabalho, pretendemos adentrar na linguagem, defrontando-nos com seus limites e perigos. Ultrapassaremos o simples dito, mergulhando nos múltiplos discursos possíveis, e identificando os porquês daqueles escolhidos, pois entendemos que este esforço permite, ao menos, desenvolver uma relação menos ingênua com a linguagem (ORLANDI, 2005).

Cabe, neste momento, destacar os aportes teóricos com os quais sustentaremos este trabalho, a fim de indicar ao leitor os caminhos que seguiremos na construção desta investigação.

O verde passou por muitos momentos discursivos distintos, dados os contextos histórico-sociais. Inicialmente, entendemos como fundamental um esforço teórico para a compreensão das diferentes visões de mundo que guiam a sociedade contemporânea. No primeiro capítulo, identificamos as formas com que o homem vem se relacionando com a natureza, através dos paradigmas vigentes, analisando como o “verde” aparece ao longo dessa trajetória. Além de promover uma reflexão histórica, buscamos identificar e refletir sobre as diferentes correntes filosóficas ambientais que foram se estabelecendo ao longo das últimas décadas, dadas as problemáticas ambientais vigentes, e dados os paradigmas sob as quais cada um se apóia. Destacamos o paradigma da complexidade (MORIN, 1973), que entendemos ser o mais adequado para guiar o pensamento contemporâneo.

Este paradigma é também incorporado por teóricos do jornalismo ambiental, que entendem como fundamental uma visão multidisciplinar das questões ambientais, para que isso seja refletido na forma como tais informações são transmitidas à sociedade. Por isso, dedicamos um espaço para a reflexão mais aprofundada sobre os preceitos que guiam essa forma de pensar o mundo.

Ainda neste primeiro capítulo, buscamos explicitar ao leitor o objeto de estudo. Esclarecemos os porquês do chamado “plástico verde”, através do que é dito pela empresa Braskem, mas também mergulhamos nas outras “cores” do verde, identificando, através de uma revisão teórica, os não-ditos sobre o plástico, ou seja, seu potencial poluidor, letal, causador de desordem no sistema endócrino dos seres vivos e cancerígeno.

No segundo capítulo, situamos teoricamente o jornalismo sob quatro eixos principais: 1) como forma de conhecimento, uma vez que este campo comunicacional revela as informações de forma diferente, nem mais nem menos que outros campos. E é ao revelar de forma distinta, que ele pode mostrar aspectos da realidade que outros modos de conhecimento não são capazes de revelar (MEDISCH, 1997, p. 2); 2) através da teoria construtivista, entendendo-o como um dos atores sociais legitimadores de diferentes discursos e construtor de realidades; 3) sob a ótica do jornalismo ambiental, que busca resgatar seu papel social e político; 4) e situando-o através da Análise do Discurso de linha francesa (AD), que entende a comunicação como local de interpretação, de luta simbólica na disputa por sentidos. Nesta ótica, Ponte (2005) afirma que o jornalismo é o lugar de seleção e construção do acervo de conhecimento, a partir das escolhas do que é dito e do que é silenciado.

A Análise do Discurso é usada tanto como aporte teórico como procedimento metodológico. No quarto capítulo deste trabalho, dedicamos esforços numa revisão aprofundada sobre os principais termos desta corrente teórico-metodológica, que nos guiará posteriormente à análise do discurso verde nas páginas do jornal Zero Hora.

Estas diferentes reflexões são base do trabalho tanto no campo ambiental como no campo comunicacional. Buscamos, então, desenvolver a análise proposta. Acreditamos que as conclusões dessa pesquisa ajudarão tanto a autora quanto o leitor a desenvolver uma reflexão mais crítica sobre o papel do jornalismo na cobertura de questões relacionadas ao meio ambiente. Esperamos, assim, ajudar na promoção de uma sociedade mais e melhor informada, capaz de visitar e reinventar os lugares mais íntimos da palavra e, a partir disso, ser capaz de estabelecer parâmetros, relações e conceitos sobre o homem e sua relação com o meio em que vive.

2 O PENSAR E O MEIO AMBIENTE

Buscando aprofundar os conhecimentos relativos às visões de Natureza¹ construídas ao longo da história, apresentamos, a seguir, algumas ideias que acompanham a humanidade há milênios e que determinam o modo como os homens agem sobre ela. Entendemos este esforço inicial como fundamental para a contextualização do meu problema de pesquisa, uma vez que o mesmo se refere diretamente à construção simbólica de conceitos sobre o “verde” na sociedade do século XXI.

Ao longo da história, o homem estabeleceu diferentes relações com o meio em que vive. Inicialmente submetido à natureza, ele se diferenciou das outras espécies, por se tornar capaz de produzir seus meios de existência. Sendo assim, o homem “não vive mais em uma natureza original, mas sim transformada pela sua ação, modificada pela história” (SATO, 2005, p. 66).

A partir desta relação, desenvolvem-se, ao longo dos séculos, diferentes formas de interação fundamentadas na idéia de que o homem deveria trabalhar para “aperfeiçoar” a natureza (CHAUÍ, 2003). Assim, no século XVIII, surge o termo *cultura*, sendo este definido como *o cuidado do homem com a natureza, cultivo*. Nesta perspectiva, a cultura era a *moral* (costumes da sociedade), a *ética* (a conduta e o caráter das pessoas através da modelagem do seu *ethos* natural pela educação) e a *política* (o poder, a participação do cidadão nas decisões da cidade).

Nos séculos seguintes, entretanto, o termo ganha um novo significado, voltando-se mais às questões sociais, distanciando-se de sua essência ecológica, “passando a significar *os resultados* daquela formação ou educação dos seres humanos, de seu trabalho e de sua sociabilidade, resultados expressos em obras, feitos, ações e instituições: as artes, as ciências, a filosofia, os ofícios, a religião e o Estado” (CHAUÍ, 2003, p. 48).

Cada indivíduo entende o ambiente a partir de sua formação social e cultural, ou seja, através das diferentes mediações a qual faz parte. Esses sistemas conceituais podem definir a forma como irá se estabelecer a relação do indivíduo com o meio, ou seja, os julgamentos, expectativas e suas ações frente ao ambiente em que vive. Segundo Sato (2005), não se pode

¹ Ambiente e Natureza não tem o mesmo significado. Esses conceitos foram sendo construídos ao longo da história, sendo que seu uso ocorre muitas vezes de modo equivocado. Tomo como referência Carvalho (2004) que diz: "*Ambiente é o campo de interações entre a cultura, a sociedade e a base física e biológica dos processos vitais, onde os termos dessa relação se modificam dinâmica e mutuamente*". Natureza, dessa forma, é entendida apenas como a base física e biológica dos processos vitais.

pensar nem a natureza, nem o homem, sem se pensar na ação do homem sobre a natureza, pois as formas com que este se relaciona com o meio em que vive esta sempre condicionada pelas formas de organização social, pelos paradigmas vigentes, e vice-versa.

2.1 A (DES)CONSTRUÇÃO DO PENSAMENTO MECANICISTA

É dentre os filósofos pré-socráticos (séc. VII-V a.C.), na Grécia Antiga, que encontramos as primeiras reflexões sobre homem-natureza. Baseando-se no conceito de *physis*, que seria definido como a totalidade de tudo o que é, chegam a uma compreensão de cosmos, de um conjunto que envolve o céu e a terra, homem e natureza integrados.

A palavra *physis* indica aquilo que por si brota, se abre, emerge, o desabrochar que surge de si próprio e se manifesta neste desdobramento. [...]. Ela pode ser apreendida em tudo o que acontece: na aurora, no crescimento das plantas, no nascimento de animais e homens. [...]. Devido a essa amplitude e radicalidade, a palavra *physis* designa outra coisa que o nosso conceito de natureza. (BORNHEIN, 1985 *apud* GONÇALVES, 1990, p. 30).

Dentro de um contexto histórico de guerras, do apogeu e da crise na democracia grega, surge uma nova forma de pensar, que desqualifica e se sobrepõe aos filósofos anteriores, considerando seu pensamento mítico e não filosófico. O conceito de *physis*, nesse momento, é substituído por uma visão de natureza desumanizada, de uma separação entre o homem, com seu pensamento agora científico, e o restante do meio em que vive. Gonçalves (1990) explica que, apesar das reflexões de Platão e Aristóteles, que começam a privilegiar o homem, é, sobretudo, pela influência judaico-cristã que se acentua a oposição de homem-natureza, espírito-matéria. Com a afirmação que Deus teria criado o homem à sua imagem e semelhança, este passa a ganhar um novo significado dentro do meio que o cerca.

É com o desenvolvimento filosófico das idéias de Descartes (XVII), considerado o fundador da filosofia moderna, que esse pensamento separatista de homem X natureza se completa. Em sua filosofia, a natureza passa a ser considerada um recurso, e o antropocentrismo toma conta do pensamento, quando o homem começa a ser visto como centro do mundo. Morin (2007, p. 11) afirma que “Descartes formulou este paradigma essencial do ocidente, ao separar o sujeito pensante (*ego cogitans*) e a coisa entendida (*res extensa*), isto é, filosofia e ciência, e ao colocar como princípio de verdade as idéias “claras e distintas”, isto é, o próprio pensamento disjuntivo”. O autor entende que desde Descartes se

começa a pensar contra a natureza, certos de que nossa missão é dominá-la, subjugar-la, conquistá-la.

O contexto no qual se forma e se concretiza o pensamento de Descartes não pode ser ignorado, pois contribuiu de forma significativa à consolidação de suas idéias. A riqueza dos senhores feudais e da Igreja, na Idade Média, advinha basicamente da exploração da natureza. Assim se consolida o desenvolvimento mercantil, a burguesia e novas formas de sociedade que advém, basicamente, da exploração de riquezas naturais. “O antropocentrismo e o sentido pragmático-utilitarista do pensamento cartesiano não podem ser vistos desvinculados do mercantilismo que se afirmava e já se tornava, como o colonialismo, senhor e possuidor de todo o mundo” (GONÇALVES, 1990, p. 34).

A partir desse momento histórico, o pensamento antropocêntrico se estabelece e passa a ser fixado e disseminado dentre as sociedades. Com a instituição do capitalismo, e posteriormente a revolução industrial, essa tendência passa a ganhar cada vez mais força. Um novo paradigma emerge, e passa a dominar os campos do conhecimento, principalmente através de seu método científico. Essa forma de entender o mundo fundamenta-se na idéia de que, para se conhecer um objeto, é preciso fragmentá-lo em suas menores partes, e estudá-las separadamente. Segundo Morin (2007, p. 5), “o conhecimento científico também foi durante muito tempo e com freqüência ainda continua sendo concebido como tendo por missão dissipar a aparente complexidade dos fenômenos a fim de revelar a ordem simples a que eles obedecem”.

O século XIX manifesta o auge desse mundo pragmático. Com a evolução das ciências, a natureza passa a ser cada vez mais um objeto a ser dominado, e se transforma em diferentes áreas de estudo: física, química e biologia. Enquanto isso, o homem é estudado segundo a cultura, história e psicologia. Dessa forma, a integração das duas partes fica cada vez mais distante. Gonçalves (1990) desenvolve esse pensamento de separação analisando a sociedade dentro de sua organização prática. As divisões sociais e técnicas de trabalho instigam um pensamento cada vez mais fragmentado. “A idéia de uma natureza objetiva e exterior ao homem, o que pressupõe uma idéia de homem não-natural e fora da natureza, cristaliza-se com a civilização industrial inaugurada pelo capitalismo” (GONÇALVES, 1990, p. 35).

Morin (1973) justifica parte desse pensamento levantando o aspecto da ciência. Até meados do século XX, a ciência biológica não conseguia fornecer ao homem um quadro de referências físico-químicas, mantendo-se fechada para o fenômeno social, levando-se em conta que “a relação homem/natureza ainda era inexplicável para a própria biologia na

primeira metade deste século e que a impotência da biologia permite compreender não a anestesia da antropologia em relação ao problema, mas a sua impotência para o resolver (MORIN, 1973, p. 18).

Dessa forma, a Biologia tinha uma concepção de vida fechada sobre o organismo, assim como a antropologia apresentava uma idéia insular do homem. Estudava-se as ciências naturais de um lado, e as ciências humanas de outro. Dentro desse contexto, descobertas de uma área ficam isoladas, como se não houvesse uma relação entre elas. Fenômenos sociais são separados de fenômenos químicos e físicos, formando-se uma separação cada vez mais concreta entre homem-cultura, vida-natureza e física-química (MORIN, 1973).

Essa fragmentação do conhecimento em diferentes áreas provoca uma disjunção, uma impossibilidade de comunicação entre o campo científico e a reflexão filosófica. A hiperespecialização dos campos de estudo e o predomínio do método científico como busca de uma verdade absoluta resulta em conhecimentos cada vez menos feitos para serem refletidos, e cada vez mais para serem armazenados em memórias informacionais. Essa visão “ou unifica abstratamente ao anular a diversidade, ou, ao contrário, justapõe a diversidade sem conceber a unidade” (MORIN, 2007, p.12).

O grande paradigma da cultura ocidental nos séculos XVII ao século XX, dessa forma, se dá na separação do sujeito e do objeto, sendo o primeiro remetido à filosofia, e o segundo à ciência. Dentro desse contexto, tudo o que é material e determinista pertence à ciência, já o que é espírito e liberdade está associados à filosofia. A visão mecanicista, ou paradigma simplificador, põe ordem no universo, expulsa dele a desordem (MORIN, 2007).

2.1.1 A revolução biológica e os novos conceitos de Humano X Natureza

No final da década de 40 do século XX, com o surgimento da teoria da informação e da cibernética; e no início da década de 50, com a descoberta da estrutura química do código genético, novas idéias, mesmo que lentamente, vão reduzindo as fronteiras entre os três domínios (física, biologia e ciência do homem) citados por Morin (1973). Com a descoberta do DNA, por exemplo, as barreiras da Biologia com Física e com a Química são rompidas, uma vez que o mesmo é formado por uma rede de reações. Rede essa que também altera conceitos, principalmente o de que não existe uma *matéria viva*, mas sim *sistemas vivos*.

A nova biologia também teve de recorrer a princípios de organização que eram desconhecidos da química, quer dizer, às noções de código, de mensagem, de expressão [...]. Tratava-se de um verdadeiro salto epistemológico em relação à física clássica: a máquina é um todo organizado, que não se pode reduzir seus elementos constituintes, os quais não podiam ser corretamente descritos isoladamente [...] (MORIN, 1973, p. 21).

O surgimento da Etologia, ciência que estuda o comportamento dos animais e sua vida em grupo, é outro fator que vem a contribuir para a idéia de homem como natureza, uma vez que muitos pensadores o distinguiam dos demais por viver em sociedade. Apesar de a Ecologia ter sido concebida como ciência natural em 1873, por Haeckel, sempre ficou em segundo plano no conjunto das disciplinas naturais. A visão mecanicista herdada de Descartes reflete sobre esses novos caminhos, que, por mais recursos e descobertas, apresenta dificuldades de se libertar do pensamento antropocêntrico, pois

A visão cartesiana que ainda domina grande parte do pensamento científico atual coloca-nos como observadores externos da Natureza. Daí o conceito de “ambiente natural”. O ambiente é visto como algo externo a nós, no qual estamos total e umbilicalmente imersos, é verdade, mas que não faz parte de nosso ser – uma dicotomia bem clara (LUTZENBERGER, 1986, p. 47).

Somente a partir da década de 60, e de forma muito lenta, começou-se a recuperar a importância, e principalmente os conceitos de natureza através de uma nova lógica, um paradigma ainda em construção que entende o mundo não como um lugar de ordem, mas sim como uma rede de interações complexas e em constantes modificações.

2.1.2 A emergência do paradigma da complexidade

Refletir sobre o pensamento complexo se torna fundamental nesta dissertação uma vez que toda sua elaboração e desenvolvimento estão associados a uma visão complexa e multidisciplinar de mundo. Será possível identificar tanto no desenvolvimento teórico, como na própria metodologia e procedimentos metodológicos, traços desta lógica, desta forma de ver e entender as diversas e complexas relações que se estabelecem entre os homens e o meio em que vivem.

O pensamento simplificador acreditava na existência de uma partícula elementar, um fragmento capaz de explicar de forma simples e concreta o mundo. A busca por esse elemento levou os pesquisadores à descoberta do átomo e seus constituintes, o que acarretou em uma importante contradição do próprio paradigma. Observou-se que os elementos, desde os mais

fundamentais aos mais complexos, não existem, não funcionam sozinhos. Eles necessitam constantemente de forças exteriores, de interações com outros elementos para se constituírem como matéria. Segundo Morin (2007, p. 14), “o próprio desenvolvimento da ciência física, que se consagrava a revelar a Ordem impecável do mundo, seu determinismo absoluto e perpétuo, sua obediência a uma lei única e sua constituição de uma forma original simples (o átomo) desembocou finalmente na complexidade do real”. Assim, uma nova visão se torna necessária, na qual o universo é compreendido através de suas complexas interações, sendo regido não por uma lógica de organização, mas de desorganização. Fundamentando-se principalmente na idéia de uma rede de inter-relações, o pensamento complexo emerge. Ele busca não mais verdades, mas sim formas de interação com a realidade, uma vez que se torna preciso “ver se há um modo de pensar, um método capaz de responder ao desafio da complexidade. Não se trata de retomar a ambição do pensamento simples que é a de controlar e dominar o real. Trata-se de exercer um pensamento capaz de lidar com o real, de com ele dialogar e negociar (MORIN, 2007, p. 6).

A fundamentação deste pensamento, entretanto, não está na crença de que a complexidade conduz à eliminação da simplicidade. Ela surge onde este pensamento simplificador falha, onde ele não se torna mais capaz de revelar uma verdade única, mas o entende como fundamental para uma precisão de conhecimento. O pensamento complexo não nega as descobertas herdadas dos paradigmas anteriores, apenas entende que, estagnando o conhecimento nas mesmas, ele fica ofuscado por uma visão que se considera “o reflexo do que há de real na realidade” (MORIN, 2007, p. 6).

Um dos pilares deste paradigma emergente é a idéia de que o próprio conhecimento complexo é impossível. Ele reconhece a impossibilidade de uma onisciência, entendendo que a totalidade é sempre uma não-verdade. Sua fundamentação implica no reconhecimento dos laços entre as entidades. Assim, a palavra “complexidade”, segundo Morin (2007, p. 6), passa a ser uma palavra-problema, uma vez que sua definição não pode fornecer nenhuma elucidação para as diversas vertentes que englobam essa forma de pensamento: “é complexo o que não pode se resumir numa palavra-chave, o que não pode ser reduzido a uma lei nem a uma idéia simples. Em outros termos, o complexo não pode se resumir à palavra complexidade”.

Colocando-se em combate com a lógica separatista entre homem X natureza que se concretizou ao longo dos séculos, Morin (2007) propõe um redirecionamento de duas frentes: reintegrar o homem entre os seres naturais para, assim, distingui-los neste meio, e não para reduzi-los a este meio. Esta é a própria lógica do paradigma complexo, que se opõe a uma

lógica de disjunção/redução/unidimensionalização, substituindo-a por um paradigma de disjunção/conjunção, que permite distinguir sem disjuntar, de associar sem identificar ou reduzir.

A construção das noções de complexidade se dá através da influência direta de diversas correntes teóricas, que se fundamentam em conceitos de inter e multidisciplinaridade. Dentre elas, é importante destacar a Teoria Sistêmica, proposta pelo sociólogo alemão Niklas Luhmann, na década de 1960, uma vez que a mesma contribui em diferentes aspectos para a consolidação do pensamento complexo. Esta construção teórica parte de uma proposta interdisciplinar, envolvendo diferentes campos de estudo para a formulação de uma tese abrangente, aplicável a diversas áreas do conhecimento. Assim, “ao invés de limitar a fundamentação de suas teses aos clássicos da sociologia, Luhmann utilizou conceitos oriundos de outras áreas, como a Biologia, e de tecnologias inovadoras, como a Cibernética e a Neurofisiologia” (KUNZLER, 2004). Em linhas gerais, o autor entendia a sociedade como um sistema que se define pela diferença que é capaz de manter em relação a um ambiente: isto é, ela é observada através da distinção sistema / meio.

Sua reflexão entende o sistema como uma rede que, para se diferenciar do meio, desenvolve um fechamento operacional - conceito cunhado por Maturana e Varela (2002) e estendido aos sistemas sociais por Luhmann – que explica o desenvolvimento e coordenações das ações entre sistemas enclausurados operacionalmente, como são os sistemas psíquicos e os sistemas sociais. Preconiza, dessa forma, que o sistema não pode operar no ambiente, nem o ambiente no sistema. Assim, ele atinge sua autonomia e diferenciação, uma vez que o sistema nunca teria sua própria complexidade e o seu próprio saber se fosse confundido com o ambiente. Nesta reflexão, e focando-se na estrutura social, Luhmann (2000) afirma que os humanos conhecem a realidade, pois são excluídos dela, ou seja, eles formam um sistema que se constitui por ser diferente do que lhe é externo.

Esta teoria propicia inúmeras reflexões dentre as áreas sociais, biológicas, médicas, entre outras, uma vez que entende a comunicação e as organizações sociais como sistemas complexos. Esse pensamento, caracterizado pela quebra do paradigma mecanicista, considera a complexidade como condição própria do operar dos sistemas, sendo que o conceito de diferença se constitui como fundamental para caracterizar os sistemas e suas complexas relações com o meio. Morin (2002) aproxima esse pensamento complexo aos conceitos de natureza, destacando a relação estreita entre as áreas biológicas e a reflexão social.

A virada paradigmática que Morin propõe implica em modificações significativas na forma de compreensão do mundo que domina a cultura ocidental desde o século XVII. Ela

propõe uma reintegração do ambiente no pensamento, inclusive na reflexão epistemológica. A aceitação de uma ciência que entende acasos e incertezas como fatos da realidade ainda é de difícil assimilação para o sujeito que enxerga o mundo através da visão positivista. Segundo Morin (2007, p. 54), “na *scienza nuova* o objeto não deve ser somente adequado à ciência, mas a ciência deve também ser adequada ao objeto”. Traços deste pensamento sintetizado por Morin através do paradigma da complexidade são encontrados ao longo da história, principalmente quando se analisa o movimento ambientalista desde seu surgimento, observando as formas com que o homem se identifica, defende e protege o meio em que vive.

2.2 OS MOVIMENTOS DO “VERDE” NA HISTÓRIA

Nos propomos a uma revisão histórica sobre os movimentos ambientalistas, identificando os diferentes sentidos atribuídos ao “verde” no decorrer dessa trajetória. Tal esforço será fundamental para uma análise posterior do discurso presente no jornalismo hoje, identificando quais os conceitos que estão presentes no imaginário social², arraigados no senso comum, e como isso se manifesta no discurso jornalístico. Aqui, buscamos os interdiscursos do “verde”, pois, segundo Brandão (1995, p. 62):

O sentido de uma palavra, expressão, proposição não existe em si mesmo (isto é, em sua relação transparente com a literalidade do significante), mas é determinado pelas posições ideológicas colocadas em jogo no processo sócio-histórico em que palavras, expressões, proposições são produzidas (isto é, reproduzidas).

A Revolução Industrial pode ser identificada como um período fundamental na mudança de comportamento da sociedade frente à natureza. Este período foi marcado por idéias de progresso e desenvolvimento, que tomaram conta de diversos setores da sociedade, e transformaram radicalmente a visão de meio ambiente. Este, frente aos avanços tecnológicos e ao crescimento urbano, passa a ser entendido como um recurso, e a ser valorado por um viés econômico.

Paralelamente, o movimento chamado “verde” foi, como o socialismo, também obra da Revolução Industrial. Giddens (2010) explica que a criação deste movimento, ainda com

² Buscamos a conceituação proposta por Castoriadis (1986) para definir o Imaginário Social como uma instância por onde circulam os mitos, as crenças, os símbolos e as ideologias a que uma coletividade está atrelada em seu modo de viver e compreender a realidade.

caráter difuso, se deu a partir da percepção por determinados segmentos da sociedade sobre o rápido crescimento das cidades, e como isso transformava as paisagens.

Após a Segunda Guerra Mundial, 1939-1945, com a Europa em reconstrução e os Estados Unidos emergindo como grande potência econômica e política, a hegemonia do sistema capitalista vira uma realidade mundial. Todos os países que nela estiveram envolvidos passam a direcionar suas energias, durante décadas, à reconstrução e fortalecimento de suas economias. O então presidente americano Harry Trumann, em seu discurso de posse, refere-se a alguns países como áreas subdesenvolvidas, termo esse que começa a criar uma nova mentalidade, instigada pelo consumo e avanço tecnológico.

De acordo com Duarte (2005), passa-se a acreditar em um único caminho possível para a humanidade, o da prosperidade e progresso. Com a Europa devastada, países latino-americanos e africanos caracterizados pela sua pobreza, essa nova prática desenvolvimentista se torna uma saída bastante atraente. Assim, avanços tecnológicos ganham espaço, e o meio ambiente perde mais ainda seu lugar no imaginário da população.

O final da década de 60 marca o período de concretização de uma sociedade reformulada, pronta e adepta aos bens de consumo material – em sua maioria, supérfluos. Críticas a essa nova organização mundial, entretanto, não demoraram a aparecer, e já nessa mesma época percebe-se uma abertura para “ideais de prosperidade”. Essa época caracterizou-se como um marco dos movimentos sociais que começam a questionar o contexto sócio-político-cultural vigente (LIMA, 2002). Diversos movimentos estudantis começam a promover debates sobre a democracia liberal, valores burgueses, e principalmente sobre a degradação do meio ambiente. Ideais como a Contracultura hippie, por exemplo, começam a expor uma nova mentalidade.

A década de 60 assistirá, portanto, ao crescimento de movimentos que não criticavam exclusivamente o modo de produção, mas, fundamentalmente, o modo de vida. E o cotidiano emerge aí como categoria central neste questionamento. Os movimentos que surgem na década de 60 partem da situação concreta de vida dos jovens, das mulheres, das “minorias” étnicas, etc. para exigir a mudança dessas condições. “É como se observássemos um deslocamento do plano temporal para o espacial” (GONÇALVES, 1990, p.11).

Apesar de, em décadas anteriores, as raízes desses movimentos já terem iniciado, o motivo pelo qual conseguem alcançar destaque e um papel mais significativo no cenário político deveu-se à mídia, que passa a dar abertura para esses fenômenos sociais. A globalização das informações permitiu uma maior circulação dos discursos verdes por diferentes segmentos sociais. Naquele momento, identifica-se que tipo de público começa a

manifestar interesse nos assuntos ambientais, uma vez que consegue perceber as dimensões dos danos causados pelos avanços desenfreados.

A jornalista americana Rachel Carson, em 1962, publicou o livro “Primavera Silenciosa”, considerado um clássico no movimento ambientalista. O livro gerou discussão internacional por conta da abordagem que fazia em relação às consequências desastrosas do uso abusivo de produtos químicos na agricultura (CARSON, 2010). Seis anos depois, em 1968, teve início na Europa o movimento denominado Clube de Roma, que englobava especialistas de diversas áreas do conhecimento para discutir sobre a problemática que envolvia fome e desnutrição em diversos países, contrapondo com a abundância de recursos naturais, e analisando sua exploração indevida.

É naquele período que o ‘verde’ desenvolve uma acepção política, principalmente na Alemanha, e passa a ser usado como símbolo de disputas tanto filosóficas, como de poder. É neste país onde o ‘partido verde’ alcança sucesso eleitoral pela primeira vez na história. “De lá pra cá, os verdes se transformaram num movimento social global” (GIDDENS, 2010, p. 76), e a chamada Global Green Network passa a contar com representantes de partidos verdes em mais de 80 países.

Em meio à diversidade de perspectivas apresentadas pelos partidos ‘verdes’, fez-se necessária a elaboração de uma carta com as definições do que significaria ser ‘verde’ no novo milênio. Esta carta apresenta seis princípios originalmente estabelecidos pelos ambientalistas alemães, que determinam algumas visões tradicionais desta corrente filosófica. São eles: sabedoria ecológica (harmonia ou equilíbrio ecológicos), justiça social, democracia participativa, não violência, sustentabilidade e respeito à diversidade.

Seguindo os marcos históricos que determinam o percurso do movimento “verde” ao longo das últimas décadas, é relevante destacar o 15 de setembro de 1971, quando um protesto traz para a mídia internacional o primeiro grande manifesto “verde” do movimento ambientalista. Um grupo de ativistas, ao tomar consciência dos testes nucleares realizados no Alasca pelos Estados Unidos, resolve ir até o local para protestar. Com o objetivo de chamar a atenção da imprensa local, utilizam um barco para a travessia. As bombas nucleares foram detonadas. Toneladas de rochas desintegraram-se e milhares de falcões, águias e lontras morreram. Porém, a pressão da opinião pública foi suficiente para que o local não fosse mais utilizado para testes. Surgiu, a partir desse evento, o que se tornaria uma das maiores Organizações não Governamentais (ONGs) ambientalistas do mundo, o Greenpeace. Na embarcação, um de seus tripulantes lê o trecho de um livro sobre mitos e lendas indígenas.

Um parágrafo dessa narrativa chamou a atenção dos ecologistas, que o usaram como forma de divulgação, e continuam:

Um dia a terra vai adoecer. Os pássaros cairão do céu, os mares vão escurecer e os peixes aparecerão mortos nas correntezas dos rios. Quando esse dia chegar, os índios perderão o seu espírito. Mas irão recuperá-lo para ensinar ao homem branco a reverência pela sagrada terra. Aí, então, todas as raças irão se unir sob o símbolo do arco-íris para terminar com a destruição. Será o tempo dos Guerreiros do Arco-Íris³

Outra importante ONG, a World Wildlife Fund (WWF), começou a atuar e ter uma voz ativa desde 1961, quando o biólogo Sir Julian Huxley escreveu uma série de artigos denunciando a possível extinção vida selvagem. Nessa década surge na Inglaterra o Partido Ecológico (Ecology Party), pioneiro da ação política institucional e primeiro de uma série de partidos verdes (no Brasil, o PV foi fundado em 1986).

Em parte pela nova conscientização, e em parte pelo avanço da globalização, a mídia passa, também, a tratar o meio ambiente de forma mais significativa. Diversos acontecimentos, como a destruição da camada de ozônio, efeito estufa, entre outros, nessa nova visão globalizada, passam a evidenciar que a problemática ecológica não possui fronteiras. Ações de um país podem e geram conseqüências em seus vizinhos, e a noção dessa realidade fez com que os discursos ecológicos, que até então possuíam um caráter mais literário, passassem a práticas políticas envolvendo países e até continentes.

O governo da Suécia, em 1969, solicitou à ONU uma reunião internacional sobre proteção do meio ambiente, que levou à realização da Conferência de Estocolmo, em 1972. Ela foi o primeiro grande encontro mundial onde o tema principal era Ecologia.

Os países envolvidos na conferência conseguem, dentre os resultados, aprovar a declaração de que o subdesenvolvimento é uma das mais freqüentes causas da poluição no mundo atual, direcionando, erroneamente, o foco para os países de terceiro mundo. Além disso, foram aprovados 25 princípios fundamentais com o objetivo de orientar as ações internacionais da área ambiental, tais como a “valorização do homem dentro do ambiente como ser que o transforma, mas que depende dele para sobreviver” (BONNES; HASSE, 2002, p. 20).

Surgiu, então, a partir das ações propostas, um dos termos mais utilizados em nossos dias – desenvolvimento sustentável. Este termo refere-se a uma nova concepção de desenvolvimento, na qual o crescimento econômico deve continuar superando a pobreza, desde que orientado para fazer um uso menos intensivo de matérias primas e energia,

³ Narrativa retirada do site da Organização Não-Governamental Greenpeace. Disponível em: <http://www.greenpeace.org.br/quemsomos/h_onda.php>. Acesso em: 13 jan. 2011.

mantendo um nível populacional equilibrado, e buscando tecnologias que avaliassem os riscos ambientais, a fim de administrá-los (DUARTE, 2005).

Infelizmente, apesar das idéias revolucionárias, poucos foram os reflexos de Estocolmo na consciência, e principalmente nas ações da sociedade. Novas práticas ambientais foram, até certo ponto, ignoradas, e – apesar das constantes manifestações pró meio ambiente – a natureza continuou sendo usufruída pelo modelo antigo, como algo a ser dominado, apropriado e explorado (LIMA, 2000).

Talvez nenhum outro movimento social tenha levado tão a fundo essa idéia, na verdade essa prática, de questionamento das condições presentes de vida. Sob a chancela do movimento ecológico, veremos o desenvolvimento de lutas em torno de questões diversas: extinção de espécies, desmatamento, uso de agrotóxicos, etc. Não há, praticamente, setor do agir humano onde não ocorram lutas e reivindicações que o movimento ecológico não seja capaz de incorporar (GONÇALVES, 1990, p. 12).

Já no Brasil, o processo de conscientização ambiental é reconhecido muito antes das manifestações internacionais. Pádua (1997) explica que nos países ricos, o ambientalismo tem uma origem estética, ética ou científica. A natureza é interpretada através da arte, da filosofia ou da ciência. Já no Brasil, ele surge no final do século XVIII numa forma política. Ele nasce preocupado com um projeto político no país, com a crítica ao escravismo, ao latifúndio e ao mau trato da terra. A variedade de recursos naturais encontrados no Brasil, desde seu descobrimento, em 1500 d.C., levaram os portugueses a uma exploração sem controle durante três séculos. “Os primeiros sinais de atenção à natureza apareceram somente em 1808, quando o rei D. João VI criou o Jardim Botânico no Rio de Janeiro” (BONNES; HASSE, 2002, p. 15).

Considerado um dos primeiros ambientalistas brasileiros de que se tem notícia, em 1823, o então primeiro ministro e tutor de D. Pedro I, Jose Bonifácio de Andrade e Silva produz textos em defesa das baleias e pelo fim da escravidão. Após realizar cursos de História Natural em Portugal, Andrade e Silva retorna ao Brasil expondo uma preocupação com a fauna e a flora até então desconhecidas na sociedade (BONNES; HASSE, 2002).

Outros ambientalistas que colaboraram para a expansão da consciência ambiental no Brasil foram Joaquim Nabuco, que em 1883 faz um detalhado diagnóstico da situação ambiental brasileira de norte a sul, e o filósofo político carioca Alberto Torres. Em 1915, Torres publicou dois textos com críticas ao “homem esbanjador aventureiro das riquezas naturais da terra” (BONNES; HASSE, 2002, p. 15). Daí para frente, as questões ambientais ganham mais destaque no país, voltadas a um cunho científico. Pregando a preservação das

riquezas naturais e a recuperação das que estavam sendo exploradas, Torres influencia os primeiros debates ambientais da década de 30.

No ano de 1934 foi aprovado no Brasil o Código de Águas, que dá origem à outros órgãos como o Departamento Nacional de Obras de Saneamento (DNOS), O Departamento Nacional de Obras contra a Seca (DNOCS), entre outros. A maior preocupação dessas entidades era o abastecimento de água, já destacando uma conscientização da importância desse recurso natural.

Apesar dessas manifestações, a rigor, não havia no Brasil uma preocupação com os aspectos ambientais até a década de 50. Somente em 1961, com o pequeno mandato de seis meses do presidente Jânio Quadros, foi oficializado o movimento ambientalista, com a participação de ativistas no poder. O governo, influenciado pelas idéias internacionais, passa a expor maior dedicação ao tema, promovendo conferências, debates e ações (BONNES; HASSE, 2002, p. 18).

Interessante observar que este mesmo período – início dos anos 60 – é marcado no Brasil pelo início da implantação de um grande parque industrial que, “apesar de promover o milagre econômico brasileiro, logo faz sentir as conseqüências ambientais imediatas do desenvolvimento baseado no industrialismo” (LAYRARGUES, 1998, p. 24). Este é um período também que marca o início de uma preocupação mercadológica sobre o meio ambiente. Preocupação essa não de cunho ambiental, mas sim percebendo o pensamento “ecológico como um freio que se colocava diante do crescimento econômico. Entendia-se que “esse era o preço a pagar para o país sair da condição de subdesenvolvido e adquirir sua autonomia tecnológica” (LAYRARGUES, 1998, p. 25).

No Brasil, assim como no restante do planeta, a década de 70 foi marcada pelo agravamento dos problemas ambientais, acarretando uma maior conscientização por parte da população. Neste período foram criadas no Brasil entidades governamentais, como a Secretaria Especial do Meio Ambiente (SEMA), em 1973. Já o ano de 1981 é considerado um ano-chave em relação ao meio ambiente brasileiro, uma vez que a primeira lei ambiental é aprovada, e são criadas diversas unidades de conservação pelo país, (BONNES; HASSE, 2002). Foi a partir dos anos 80 que as conseqüências deste rápido e agressivo crescimento industrial passam a ser entendidas e discutidas pela sociedade. Constata-se, inicialmente, que o desenvolvimento adotado no Brasil, ao contrário do que se pretendia, acentuou a pobreza interna, aumentos as diferenças entre o Norte e o Sul, e foi o responsável por intensos desequilíbrios ambientais.

De fato, o discurso empresarial, a partir da década de 80, começa a apresentar pontos de semelhança, ainda que tímidos, com o da comunidade ambientalista tradicional, até que se complementou totalmente a aproximação, já na década de 90, motivo pelo qual o setor industrial passou a ser adjetivado *VERDE* (LAYRARGUES, 1998, p. 28).

O modelo econômico até então visto como ideal, agora passa a ser contestado pelos mais diversos segmentos sociais. E as empresas, ao sentirem a eminente pressão, começam a buscar estratégias mercadológicas alternativas para lidar com estes problemas contemporâneos: o desenvolvimento sustentável.

2.3 ECONOMIA VERDE: UMA MAQUIAGEM ECOLÓGICA?

A década de 1990 marca um período crucial para o empresariado, que passa de vilão da ecologia, para a condição de “amigo do verde”. Esta aproximação, entretanto, não se deu através da transição ideológica do setor industrial para a racionalidade ecológica, uma vez que os princípios básicos do movimento ambientalista tradicional foram sobrepostos ao pensamento econômico, “ou seja, quando o meio ambiente deixou de significar custos econômicos extras, é que a relação se tornou complementar” (LAYRARGUES, 1998, p. 31).

Frente a esta nova realidade, diversos autores passaram a se questionar sobre os reais motivos que provocaram a criação do ambientalismo empresarial, e todos chegaram a conclusões semelhantes. Margulis (1992) afirma que, apesar das mudanças observadas, uma racionalidade econômica continua agindo como a condição operante da ótica empresarial. Não se descarta, aqui, uma motivação pela sensibilidade à crise ecológica, mas entende-se que as oportunidades mercadológicas que surgiram a partir desta condição foram fundamentais para esta mudança comportamental.

Layrargues (1998), em seu livro *A Cortina de Fumaça*, buscou responder ao seguinte questionamento: os empresários estariam de fato em um processo de transição ideológica – (...) assumindo responsabilidades para com a melhoria da qualidade ambiental, por meio de uma profunda reestruturação de seus valores (...); ou tal fenômeno corresponderia simplesmente a uma *apropriação ideológica* do discurso do outro? Como conclusão do seu vasto estudo, e apoiando-se em diversos autores já consagrados, Layrargues afirma que as evidências de que nos deparamos com um processo de *apropriação ideológica* são

inumeráveis, sugere, inclusive, “que, no final das contas, trata-se apenas da racionalidade econômica operando, envolta sob uma nova aparência” (*ibid*, p. 57).

A indústria, apesar de seus avanços, ainda não é capaz de eliminar todo resíduo produzido, não é capaz de (sobre)viver sem a exploração de recursos não renováveis, nem de controlar todos os poluentes que emite. Sendo assim, a utilização da imagem de um produto ecológico acaba sendo apenas uma forma de exploração do mercado “verde”. Bueno (2009) afirma que estaríamos diante de uma maquiagem ecológica, que se caracteriza por duas etapas: a primeira corresponde à já descrita apropriação do discurso do outro – neste caso, do discurso ambientalista tradicional. “O mercado incorpora esta visão ao ofertar produtos “verdes”, permeados pelo simbólico que a questão carrega em si, ou seja, modos de salvar a Terra da catástrofe anunciada” (SCHWAAB, 2010, p. 207) A segunda etapa, esta mais complexa e profunda, corresponde à manipulação deste discurso, “retirando os aspectos significantes à sua essência, e substituindo-os por outros sem que o interlocutor perceba qualquer modificação substancial (...)” (LAYRARGUES, 1998, p. 67).

Harvey (1996) caracteriza a sociedade contemporânea pela volatilidade e a enfermidade de modas, produtos, e consumo. Classifica-a como “sociedade do descarte”, não somente pela capacidade de grandes quantidades de produto no lixo, mas principalmente pela capacidade de se despir e vestir novos valores, estilos de vida; enfim, nas constantes metamorfoses do ser e agir.

É neste cenário que emerge este discurso sobre as práticas ambientalmente corretas, sobre a noção de “consumidor verde”. Harvey (2006) destaca que é preciso entender que a preocupação do capitalismo não está somente na mercadoria em si, mas sim na produção de signos e imagens que possam ser “comprados” pela população. Assim, o “verdejar” empresarial, e consequentemente social, é entendido como um fenômeno paradoxal ao grau de consumo hoje observado.

Deparamo-nos com discursos diversos, apropriações filosóficas e sociais sobre um mesmo tema. Manipulações muitas vezes tão sutis que são de difícil percepção. Os sentidos se perdem, se re(configuram), e vão adentrando o imaginário social pelo excesso da repetição, pela aparente imobilidade de termos como o “verde”, que na verdade são ressignificados conforme interesses, disputas ideológicas e econômicas.

2.4 AS DIFERENTES CORRENTES FILOSÓFICAS ECOLÓGICAS

Para a análise proposta neste trabalho, trabalharemos o “verde” a partir de diferentes correntes de pensamento que permearam a sociedade nos últimos anos, modificando-se conforme interesses políticos, econômicos e sociais. Buscaremos, assim, identificar os interdiscursos⁴ que circundam e adentram a palavra aqui estudada, entendendo que, para uma análise apropriada, faz-se inicialmente necessário reconhecer os sentidos possíveis desta expressão.

Optamos por buscar olhares distintos sobre a natureza, através de autores que refletem sobre as diferentes formas com que o homem se relaciona com o meio em que vive na contemporaneidade, pois, “o pensamento ambientalista contemporâneo, apesar de ser denominado no singular, é plural” (LAYRARGUES, 1998, p. 49). Devido à diversidade de visões e orientações ideológicas, mescladas com interesses diversos, existem diferentes discursos ecológicos no campo da enunciação discursiva. Inicialmente, trataremos os pensamentos de Fritjof Capra que, em seu livro “A Teia da Vida”, retoma o que chama de crise de percepção ambiental ao discutir as correntes propostas pelo filósofo norueguês Arne Naess, na década de 70: a Ecologia Rasa e a Ecologia Profunda.

A seguir, através de Marín (2000), analisaremos os três possíveis discursos sobre o meio ambiente que ganham destaque a partir do final do século XX: o discurso liberal, o culturalista e o ecossocialista. Para fins de análise, optaremos, então, por concluir esta reflexão com a categorização proposta por Caporal e Costabeber (2000), que separam as visões em corrente ecossocial – que abrange os discursos culturalista e ecossocialista, seguindo a linha de pensamento da Ecologia Profunda -, e corrente Tecnocrática – mais próxima ao discurso liberal e à Ecologia Rasa.

⁴ Interdiscurso é aqui entendido como um “espaço de regularidades pertinente, do qual os diversos discursos não seriam se não componentes” (BRANDÃO, 1995, p. 72).

2.4.1 Ecologia Rasa e Profunda

Podemos resumir a contradição entre essas duas correntes filosóficas ao afirmar que uma vê nos paradigmas da sociedade industrial de consumo o problema da crise ambiental (profunda), e a outra que vê a solução (rasa). Capra entende que a ecologia rasa carrega uma visão antropocêntrica, pois “[...] ela vê os seres humanos como situados acima ou afora da natureza, como a fonte de todos os valores, e atribui apenas um valor instrumental, ou de “uso”, à natureza” (2006, p. 25). Esta corrente aspira mais a organizar o sistema do que propriamente substituí-lo por outro.

Em contrapartida, a ecologia Profunda traz à tona um novo paradigma, embasado na negação absoluta do projeto civilizatório atual. Partindo de um ponto de vista sistêmico, reconhece a interdependência fundamental de todos os fenômenos. “A ecologia profunda não separa os seres humanos – ou qualquer outra coisa – do meio ambiente natural” (CAPRA, 2006, p. 26). Mais do que incentivar a produção de materiais recicláveis, denunciar o uso de energias nucleares e proteger espécies, esta corrente visa substituir os valores da sociedade industrializada de consumo por outros que “sejam adequados à evolução da ética ecológica” (LAYRARGUES, 1998, p. 51)

A um primeiro olhar, é possível identificar uma contradição neste pensamento. Ao mesmo tempo em que o homem é considerado apenas mais um componente deste complexo sistema, é ele quem pode pensar sobre esta questão, sobre esta interdependência, sendo o único capaz de, conscientemente, reger este equilíbrio. Entretanto, esta é a forma de integração mais próxima do homem com a natureza. Sendo assim, Capra (2006, p.23) afirma que “há soluções para os principais problemas de nosso tempo, algumas delas até mesmo simples. Mas requerem uma mudança radical em nossas percepções, no nosso pensamento e nos nossos valores”.

Enquanto nestas correntes encontramos as bases filosóficas para o pensamento contemporâneo, Capra destaca a importância de reflexões que busquem definir os padrões culturais de organização social que produziram a atual crise ecológica. Para tal, buscaremos a categorização proposta por Marín (2000), que será apresentada na seção seguinte.

2.4.2 Os três discursos possíveis: liberal, culturalista e ecossocial

Esta proposta se refere a posições ideológicas bem definidas e concretas, ou seja, diferentes ideologias que geram leituras distintas da realidade. O discurso liberal emerge a partir de uma visão hegemônica do poder político e mercadológico ocidental. Sua racionalidade está baseada na ideia de que o conhecimento científico objetivo é possível, pois entende a possibilidade de um mundo externo ao observador, “que o capta em uma visão ocular, macroscópica, de todo válida e com a qual se deixa aprender, conhecer e manipular” (MARÍN, 2000, p. 3)⁵.

O discurso liberal mantém uma visão cartesiana de mundo e, através da racionalidade econômica, entende a natureza como fonte de recursos, que se esgotam e são limitados, e que são valorados monetariamente. Entretanto, esse discurso não nega a problemática relação entre o homem e a natureza, mas busca soluções dentro dessa lógica. Ele entende que uma solução “tecnológica” é possível, que as respostas para uma relação equilibrada entre o homem e o meio em que vive virão da nanotecnologia e outros avanços científicos, assim como através do desenvolvimento sustentável, sem que seja necessária uma mudança paradigmática.

Em contrapartida, a visão culturalista parte do pressuposto de que a cultura é a instância fundamental da relação do homem com a natureza, sendo a atual crise ambiental causada pela objetivação da natureza, e de sua exploração como recurso monetário pelas economias de mercado. Opondo-se ao discurso liberal, os culturalistas entendem que desenvolvimento e sustentabilidade são inconciliáveis e incompatíveis.

A posição deste discurso é radical frente à noção de crescimento econômico, pois acredita que esta mentalidade mercadológica só levará ao esgotamento de recursos naturais. Além disso, criticam as diferenças entre as noções de natureza e ambiente: “Para o discurso liberal, o ambiente é uma visão da natureza de acordo com o sistema urbano-industrial. A noção de natureza está cada vez menos amparada e sua morte simbólica marcha ao lado de sua degradação física” (MARÍN, 2000, p. 4)⁶.

⁵ Original em espanhol : “que lo capta en una visión ocular, macroscópica, del todo válida y el cual se deja aprender, conocer y manipular.”

⁶ Original em espanhol: “Para el discurso liberal el ambiente es una visión de la naturaleza de acuerdo con el sistema urbano-industrial. La noción de la naturaleza ha ido languideciendo y su muerte simbólica marcha paralela con su degradación física”.

O terceiro discurso, ecossocialista, segue uma linha de pensamento semelhante ao culturalista, porém apresenta algumas marcas ideológicas mais precisas. Conforme explica Marín (2000, p. 4), eles são marxólogos, mas não marxistas; ou seja, se acercam filosoficamente do discurso marxista, tomando alguns de seus fundamentos, e os inserem em uma esfera ecológica.

Para os ecossocialistas, a biodiversidade possui um valor em si mesma, mas um valor que acabará sendo quantificado pelo pensamento científico atual. Com muito pesar, aceitam que, mais cedo ou mais tarde, tudo estará “economizado”, que não há natureza que não termine valorada economicamente.

Argumentam, assim, que é preciso focar-se não na sustentabilidade do desenvolvimento, mas sim da natureza, através de significativas modificações no contexto social. Sugerem atitudes práticas como a descentralização econômica, a autogestão produtiva, a autonomia agrícola, entre outros.

2.4.3 Correntes Ecotecnocrática e Ecossocial

Buscando uma simplificação destas visões, Caporal e Costabeber (2000) propõem duas correntes principais e antagônicas para a compreensão da relação do homem com a natureza. Reunem, assim, os discursos culturalista (por sua contribuição filosófica) e o discurso ecossocial (por seu interesse na economia e na política) em uma única corrente, a Ecossocial. Para ilustrar o pensamento antagônico, relacionam o pensamento liberal e uma perspectiva otimista do desenvolvimento tecnológico na corrente chamada Ecotecnocrática.

Esta última, partindo de um crescimento econômico continuado, tenta solucionar os problemas ambientais adotando medidas mercadológicas, como o aumento de preços de produtos derivados da natureza, cobrança de taxas ou impostos pela deterioração ambiental, entre outros. “Tal mecanismo não passa de uma tentativa de “esverdeamento” da economia convencional” (CAPORAL; COSTABEBER, 2000, p. 5).

Os tecnicistas pressupõem ser possível seguir o mesmo padrão tecnológico dominante ao incorporar uma nova geração de tecnologia menos danosa ao meio ambiente, na chamada *Revolução Verde Verde* ou *Revolução Duplamente Verde*. Para Caporal e Costabeber (2000), este pensamento, ao promover uma visão otimista do modelo vigente, desconsidera os já conhecidos efeitos sociais, econômicos e ambientais perversos da modernização tecnológica.

Esta hipótese tecnicista, calcada no otimismo tecnológico, segue sendo excludente do ponto de vista socioambiental e não enfrenta questões chaves da sustentabilidade, na medida e quem nela não há espaço para pensar-se a preservação da biodiversidade e nem mesmo para respeitar a diversidade cultural. (CAPORAL; COSTABEBER, 2000, p. 5).

A corrente ecossocial, opondo-se ao pensamento liberal, busca no conceito de *ecodesenvolvimento*, proposto ainda na década de 70, as bases de seu pensamento. Este conceito sustenta a ideia da necessidade de um novo critério de racionalidade amparado por duas dimensões de solidariedade: a *diacrônica*, com respeito às gerações futuras, e a *sincrônica*, estabelecida entre as gerações presentes.

Busca nos culturalistas a noção de cultura como instância fundamental da relação do homem com a natureza, “dirigindo, assim, suas críticas aos que tentam subordinar a natureza mediante o que vem sendo chamado de *esverdeamento* da economia” (CAPORAL; COSTABEBER, 2000, p. 6).

Não há uma negação do desenvolvimento tecnológico, mas sim um destaque para a utilização das tecnologias tradicionais e modernas de forma adequada, respeitando as condições do ecossistema local. Apesar disso, está em desacordo com a noção de globalização defendida pelo liberalismo ecológico. Os ecossocialistas buscam um desenvolvimento que respeite os distintos modos de vida e as diferentes culturas e que favoreça a preservação da biodiversidade. “Em síntese, propõe uma mudança no sistema e nas orientações econômicas dominantes, em favor de novas estratégias baseadas na descentralização dos processos produtivos” (CAPORAL; COSTABEBER, 2000, p. 6), e que busque um equilíbrio entre o desenvolvimento e as condições ecológicas de cada região.

3 AS (INTER)FACES DO JORNALISMO

A década de 80, no Brasil, marca um período de fortalecimento do campo jornalístico e, conseqüentemente, uma maior preocupação teórica sobre este campo. A ênfase que passa a ser dada para esta prática promove, assim, o crescimento de uma ampla variabilidade conceitual nas noções de jornalismo, que vão desde a sua restrição a procedimentos técnicos de produção, passando pela afirmação desta prática como um mero “espelho da realidade”.

Rüdiger (1993) entende que os conceitos da prática jornalística são mutáveis, ou seja, transformam-se conforme o período e a organização social de determinada época. Sua definição histórica – uma prática social que constitui um dos elementos de formação da opinião pública – em muitos momentos é superada por interesses outros que regem a sociedade.

Traquina (2001) estabelece um mapa das principais abordagens e conceitos sobre a produção jornalística no último século, sistematizando-a em cinco orientações: teoria do “espelho”, teoria do *Gatekeeper*, teoria organizacional, teorias de ação política, e, finalmente, as teorias da notícia como construção social, onde surgem as perspectivas das teorias estruturalista e interacionista. É nesta última abordagem que nos deteremos para conceituar teoricamente o jornalismo, entendendo que “as notícias são o resultado de um processo de produção, definido como percepção, seleção e transformação de uma matéria prima, os acontecimentos, num produto, as notícias” (TRAQUINA, 2001, p. 60).

Aqui, sustentaremos a idéia de que os discursos produzidos pelos meios de comunicação são relatos construídos a partir de determinados critérios sobre os acontecimentos cotidianos, que produzem formas de conhecimento singular. O campo jornalístico não é entendido como uma instância responsável por repetir o discurso de outros campos. Por ter uma competência específica, de natureza discursiva, ele possui a capacidade de produzir realidades (VERÒN, 1987). A noção de realidade que aqui consideramos é aquela herdada da perspectiva construtivista: “as realidades sociais são apreendidas como construções históricas e cotidianas dos atores individuais e coletivos” (CORCUFF, 2001, p. 26). E o jornalismo, amparado em seus padrões de credibilidade historicamente legitimados, atua como agente construtor destas realidades.

A ótica construtivista do jornalismo o entende como uma, dentre as diversas práticas sociais, responsáveis por relacionar os indivíduos com o mundo, e, por isso, o jornalismo surge “como uma forma de conhecimento que vai cumprir papel semelhante ao da percepção

individual da singularidade dos fenômenos, só que agora é como se nos relacionássemos com a imediaticidade do mundo, de uma aldeia global” (GENRO FILHO, 1988, p. 81)

A informação jornalística institui, assim, no processo de produção de sentido, “um conhecimento que vai agregar, questionar ou negar a relação e comportamento que o usuário mantém no espaço coletivo das complexas sociedades contemporâneas” (GADINI, 2007, p. 80). Tal percepção implica em compreender que a realidade é sempre resultante de uma ação social e, portanto, não é somente uma representação simbólica, mas uma “simultânea e contínua construção social” (GADINI, 2007, p. 80). Cabe, neste momento, avaliar que tipo de “realidade”, ou seja, que tipo de conhecimento é transmitido por este campo, para, assim, entendê-lo através da perspectiva interacionista.

Ao se pensar no jornalismo como uma ferramenta de transmissão de conhecimento, é preciso, inicialmente, definir o que seria esse conhecimento. Dentro de uma lógica contemporânea, onde os meios de comunicação fazem parte da estruturação social, é preciso remeter a Park (1976) que, em seu texto “A notícia como forma de conhecimento”, parte de uma análise sociológica da atividade jornalística para estabelecer suas conceituações. Inicialmente, o autor distingue o “conhecimento de” (conhecimento pela acumulação de experiências) e “conhecimento acerca de” (conhecimento formal, científico), localizando, assim, o jornalismo como uma forma especial de transmissão de conhecimento. Aqui há uma distinção do que é o conhecimento científico, sendo aquele produzido pela academia, e o senso comum. O jornalismo desliza, assim, entre esses dois extremos, e possui características únicas que o fazem cumprir um papel exclusivo no processo de cognição social.

A definição de conhecimento acima proposta é referida por Meditsch, que destaca um caráter singular neste campo comunicacional. O autor defende que o jornalismo revela as informações de forma diferente, nem mais nem menos que outros campos. E é ao revelar de forma distinta, que ele pode “revelar aspectos da realidade que outros modos de conhecimento não são capazes de revelar” (MEDITSCH, 2007, p. 3).

O entendimento do senso comum como uma forma de conhecimento válida foi uma quebra de paradigma ocorrida na contemporaneidade. A lógica científica proposta por Descartes, até então tomada como verdade, começa a perder sua exclusividade no pensamento acadêmico quando as ciências humanas passam a valorizar a observação do cotidiano para o desenvolvimento das relações sociais. O conhecimento, entendido assim como senso comum, tem como características fundamentais a universalidade, ou seja, o ganho de experiências é visto como generalizado, e, principalmente, a coletividade, como sendo partilhado por um

público que divide conceitos e verdades, ou seja, um grupo que divide o mesmo mundo com o sujeito conhecedor (SPONHOLZ, 2007).

O jornalismo, sustentado na ideia de sua potencial singularidade de ação cotidiana, exerce, assim, uma função exclusiva dentro do processo de produção de conhecimento, sendo ele regido por normas e limitações próprias de sua área de atuação. Genro Filho (1988) afirma que, em seu processo de produção, o jornalismo se diferencia essencialmente do senso comum. O autor define a singularidade como característica principal do processo de produção do jornalismo, e de sua função como tipo de conhecimento. Dessa forma, jornalismo como processo de conhecimento tem semelhanças e diferenças com a ciência e com o senso comum, de tal maneira que ele pode ser classificado como um tipo entre ambos os tipos clássicos, um processo híbrido de conhecimento (SPONHOLZ, 2007). Daí a pertinência de se compreender de que modo o acontecimento jornalístico – ou a realidade transformada em notícia – vai interagir na construção da realidade social.

O paradigma que compreende a notícia sob esta ótica surge no final dos anos 60 e início da década de 70, e é enquadrado sob uma perspectiva interacionista, uma vez que “encara o processo de produção das notícias como interativo, onde diversos agentes sociais exercem um papel ativo no processo de negociação constante” (TRAQUINA, 2001, p. 64). Apropriando-se dos conceitos criados por Gaye Tuchman (1983), que trabalha o jornalismo como processo de construção da realidade cotidiana, a lógica interacionista, ao mesmo tempo em que considera que um acontecimento, ao ser pautado pela mídia, gera uma notícia na forma de um produto a ser consumido pelos receptores, “a notícia também constrói o acontecimento, porque é um produto elaborado que não pode deixar de refletir diversos aspectos do processo de produção” (TRAQUINA, 2001, p. 88).

Os acontecimentos cotidianos, assim, refletem ‘uma realidade’ entre as múltiplas realidades possíveis, “daí a pertinência para se pensar o jornalismo e sua criação cotidiana de significados que, por sua vez, atribuem ‘sentidos’, valoração, prioridades de olhar, interesses e, enfim, participam da instituição dos modos coletivos de organização da vida humana” (GADINI, 2007, p. 82). Os processos jornalísticos, conforme explica Alsina (1989) constroem uma realidade que vai se somar às outras situações, fatos e relações já socialmente existentes. Assim, os atores sociais criam significados, partilham de uma mesma rede de signos, e são alimentados e estimulados por essa prática jornalística, que está intimamente ligada à prática discursiva.

A realidade que se estabelece constrói e é construída pelos discursos – estes encontrados em diversos elementos sociais, inclusive no jornalismo. Esta prática, ao

promover uma espécie de “mundo possível” entre os vários mundos possíveis, apresenta-o na forma de representações discursivas que ganham visibilidade social por meio das estruturas de produção, circulação e consumo (GADINI, 2007).

3.1 O JORNALISMO NA ÓTICA AMBIENTAL

Estas reflexões sobre o jornalismo como um processo discursivo que tem como característica ser um dos mecanismos instituintes de “verdades” na esfera social – ao apoiar-se no seu caráter legitimador de realidades – traz a tona a necessidade de o mesmo apresentar um caráter ético e cidadão, de exercer o seu papel sociopolítico. E é esta esfera da comunicação que a corrente de jornalismo ambiental defende, apontando sempre a necessidade de perceber os acontecimentos através de sua inter-relação com outros, de sua interconexão com os diferentes fatos, pois:

[...] se considerarmos o meio ambiente como o conjunto de sistemas naturais e sociais habitados pelo humano e os demais seres vivos existentes no planeta e dos quais obtêm seu sustento, o jornalismo ambiental é um dos gêneros mais amplos e complexos do jornalismo (BACHETTA, 2000, p. 18)⁷.

O Jornalismo Ambiental, ao mesmo tempo em que apresenta semelhanças com o jornalismo científico, uma vez que tem como função “traduzir” a ciência e a biologia para a sociedade, além de educar, em muitos casos, apresenta outras características mais amplas e determinantes em suas definições. Inicialmente, conforme expõe Ramos (1996), a produção de conhecimento ambiental deve partir do pressuposto básico de que a investigação ambiental é por excelência interdisciplinar. Opondo-se ao pensamento fragmentado que foi herdado pelo cartesianismo, ela deve englobar todas as áreas de conhecimento, não se limitando apenas ao editorial específico. “Este reducionismo conceitual esvazia o campo do jornalismo ambiental exatamente porque compromete a sua condição de disciplina e prática inter e multidisciplinar e tem servido para atender a interesses que penalizam a sociedade” (BUENO, 2007, p. 44).

Bueno (2007) nos remete a uma reflexão sobre a inserção do saber ambiental dentro da comunicação. O Jornalismo ambiental é, antes de tudo, jornalismo, e deve ter um

⁷ Tradução da autora: “Si consideramos al medio ambiente como el conjunto de sistemas naturales y sociales habitados por el humano y los demás seres vivos existentes en el planeta y de los cuales obtienen su sustento, el periodismo ambiental es uno de los géneros más amplios y complejos del periodismo (BACHETTA, 2000, p. 18).

compromisso com o interesse público, com a democratização do conhecimento e com a ampliação de debates. É nesse ponto que, invariavelmente, acaba exercendo um papel educador. Segundo Traquina (2004), ao cumprir o compromisso de ter a realidade como fator determinante do conteúdo noticiado, acaba expondo uma realidade controversa e polêmica, promovendo um debate social sobre meio ambiente ao informar de forma clara e realista o perigo da adoção de um desenvolvimento que não seja sustentável para o planeta.

Voltando-se contra as teorias de neutralidade e objetividade, que repudia o debate político e social, Bueno (2007) destaca a importância de o jornalismo ambiental adquirir um caráter revolucionário, comprometido com as mudanças de paradigma. Deve-se comunicar as questões ambientais de forma educativa, para que todos os segmentos compreendam as implicações dessa temática de forma não segmentada, mas sim abrangente. Os profissionais da comunicação não precisam ter a formação de educadores, “mas seria bom que unissem a pedagogia ao conhecimento do jornalismo, pois a sociedade sairia ganhando com esta formação⁸”. Eles deveriam incorporar um papel de formadores de cidadãos “ambientalmente educados”, uma vez que está em suas mãos a divulgação de informações para a sociedade.

Um passo importante nesse sentido é aceitar que o jornalismo é uma atividade política em essência. É um modo de produzir conhecimento que afeta e é afetado por grandes vagas sociais, como o atual questionamento generalizado ao neoliberalismo desenvolvimentista. Daí ser possível imaginar agora, no início do século XXI, momento em que essa ideologia patina, a recriação de um tipo de jornalismo que perceba a informação como um bem público, e não da maneira como fazem os conglomerados (TAUTZ, 2004). Capra (1982) entende que os jornalistas deverão, nessa nova estruturação da comunicação, mudar o seu modo de pensar fragmentário, e desenvolver uma ética profissional baseada na consciência social e ecológica. Para tal, é necessário “ao se comprometer em compreender os conceitos básicos, estar comprometido com uma perspectiva crítica, contextualizar as questões ambientais e politizar o debate” (BUENO, 2007, p. 21).

Seguindo essa reflexão, é preciso repensar o jornalismo ambiental como uma especialidade. Ao exercer um papel de educador, ao necessitar a compreensão de diversas áreas do conhecimento, ele passa a ser mais do que uma especialidade restrita a editoriais e revistas temáticas, passa a fazer parte de todas as áreas do conhecimento. O jornalista deve adotar uma visão ambiental, e expô-la em todas as editorias, sejam elas de política, economia, entre outras. É preciso entender o conceito como a inserção da visão ambiental como

⁸ Afirma a pesquisadora Beatriz Dornelles, em entrevista em 25 abr. 2008, realizada pela mestranda na Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS), em Porto Alegre.

abordagem nos mais variados assuntos. Nelson (2002), em seu manual “Dez dicas práticas para reportagens sobre Meio Ambiente”, inicia o texto situando o jornalismo ambiental como uma prática abrangente e interdependente, estando sempre relacionada com outros campos, como política, cultura e economia.

Para que a visão ambiental se incorpore ao jornalismo, é necessário não se limitar a aspectos específicos, mas sim apontar um sentido mais amplo, não sendo, também, exposto somente para vender informação. O meio ambiente não deve estar presente somente em função de acontecimentos esporádicos, como catástrofes ou descobertas, mas sim fazer parte da rotina jornalística. Essa comunicação deve ser abrangente, constante e reflexiva. O jornalista não deve se limitar a expor os fatos, mas sim enquadrá-los em um contexto social, relacioná-lo com as diferentes áreas, para promover a compreensão do meio ambiente não como algo externo, mas como algo que faz parte da sociedade, e que influencia e é influenciado diretamente por cada cidadão.

Cumprir um papel diário, dentro do jornalismo, não significa ser panfletário ou “verde”. Essa, com certeza, não é a missão que cabe aos jornalistas ambientais. Exercer uma função pública, mesmo dentro de empresas privadas, requer criatividade, noções básicas de como a natureza opera seus padrões (GERAQUE, 2004, p. 95).

“Estabelecer as conexões que expliquem o caminho para a sustentabilidade é fazer compreender a teia da vida”, explica Girardi (2005, p. 43). Essa visão conclui a reflexão sobre o papel fundamental do jornalismo ambiental, que é não somente o de levar a informação a todas as vertentes da sociedade, mas sim contextualizar essa informação, a fim de promover debate, de educar e transformar a sociedade. Destaca, ainda, que comunicar fatos isolados em momentos específicos não mais são suficientes para cumprir a função do jornalismo, uma vez que, sozinhos, não são capazes de transmitir uma informação completa. O público necessita da informação contextualizada para compreender os fatos, já que a problemática ambiental envolve diversas áreas do conhecimento, refletindo e sendo refletida por diferentes setores.

O jornalismo ambiental precisa ter um caráter revolucionário, comprometido com a mudança de paradigmas, deve enxergar além das aparências e não ser complacente com aqueles que se apropriaram da temática ambiental para formar ou reforçar a imagem. Deve suspeitar sempre do discurso pretensamente preservacionista de governos e organizações, buscando contemplar, além de ações isoladas, quase sempre utilizadas como recursos mercadológicos ou propagandiosos (BUENO, 2007).

3.2 O JORNALISMO PELA ÓTICA DA ANÁLISE DO DISCURSO

Entender o jornalismo pela ótica da Análise do Discurso Francesa (AD) se justifica por percebermos que “não podemos estar sujeitos à linguagem, a seus equívocos, sua opacidade. Saber que não há neutralidade nem mesmo no uso mais aparentemente cotidiano dos signos” (ORLANDI, 2005, p. 9). Uma vez que o jornalismo constrói modelos de realidade, e que estas realidades estão fundamentadas em modelos simbólicos elaborados por diferentes ideologias, buscaremos, através da AD, uma relação menos ingênua com a linguagem. Berger (1996, p. 188) considera esta a metodologia mais apropriada para apreender a singularidade do discurso jornalístico, “relacionando texto e contexto, na intenção de compreender o jornal como uma totalidade de significação (...)”.

Sustentamo-nos, ainda, em MACHADO (2006), que afirma existirem duas modalidades possíveis de analisar o jornalismo utilizando como recurso metodológico a AD: através do mapeamento de vozes e através da identificação dos sentidos (silenciamentos, movimentos de paráfrases e polissemias, formações discursivas, entre outros). É nesta segunda que nos detemos, ao buscar compreender os sentidos produzidos pelo discurso jornalístico sobre o “verde” através dos silenciamentos e dominâncias daqueles identificados.

A AD compreende a linguagem como mediação necessária entre o homem e a realidade natural e social. Essa mediação, que é o discurso, permite tanto a permanência como o deslocamento do real. O jornalismo, aqui entendido como um campo social que se constitui a partir de um capital simbólico (BERGER, 1996) – ou seja, do seu poder de *fazer crer* – pode ser então entendido como um dos agentes capazes de legitimar discursos, uma vez que seu capital estaria ligado à credibilidade atribuída a essa prática. Ainda, esta linha reconhece que a linguagem não é transparente. “Desse modo, para encontrar as regularidades da linguagem e sua produção, o analista de discurso relaciona a linguagem à sua exterioridade” (ORLANDI, 2005, p. 16).

No funcionamento da linguagem, que põe em relação sujeitos e sentidos afetados pela língua e pela história, temos um complexo processo de constituição desses sujeitos e produção de sentidos e não meramente transmissão de informação. São processos de identificação do sujeito, de subjetivação, de construção da realidade [...] (ORLANDI, 2005, p. 21).

Para Berger (1998, p. 188), o discurso jornalístico só existe porque seu conteúdo provém de outros lugares (de sua historicidade), “já que ele é um discurso de mediação dos campos sociais, lugar de produção e proposição de sentidos e, assim, construção de

determinado registro histórico”. O jornalismo, ao “produzir conteúdos que ofereçam a uma coletividade modos específicos de vivenciar situações num tempo presente” (FRANCISCATO, 2005, p. 167), é uma das mais poderosas redes de mobilização de sentidos. Por isso a necessidade de analisá-lo sob esta ótica.

As escolhas feitas na elaboração e divulgação de conteúdos, seja sob forma de notícia ou reportagem, através dos possíveis enquadramentos (dada à diversidade de enunciados que cada tema carrega), constituem o centro do processo de produção de sentidos do discurso jornalístico. Assim, esta prática busca estabilizar um sentido “natural” para a realidade, através uma entre as diversas escolhas possíveis, amparado sempre em seu capital simbólico – a credibilidade. A abordagem através da AD permite entender que o discurso jornalístico, assim com outros discursos, é guiado por vontades outras, anteriores ao dizer. Benetti (2007), ao tratar o jornalismo como gênero discursivo, reforça este pensamento ao afirmar que o que é mostrado jamais deixará de ser apenas um enquadramento possível do acontecimento.

Para que o discurso aconteça, é preciso que se estabeleça uma relação entre os sujeitos interlocutores do processo de produção de sentido – relação esta estabelecida por hierarquia, valores e posições historicamente consolidadas -, o que Benetti (2008, p. 19) define como “contrato de comunicação”. Este leva em conta diferentes elementos – quem diz e para quem, para quem se diz, em que condições, como se diz – que podem ser aqui utilizados para designar a prática jornalística como um local historicamente definido pelo seu valor de credibilidade “que deriva da compreensão (social) de que o jornalismo é uma prática autorizada a narrar a realidade” (BENETTI, 2008, p.21).

Este contrato de comunicação estabelecido entre o leitor e o jornal, entretanto, consolida-se sob uma ótica que não considera as atuais modificações pelas quais esta prática vem passando, na qual sujeita-se cada vez mais a uma estrutura mercadológica, guiada e regida por relações de poder. Fonseca (2005) entende como fundamental uma reflexão sobre as recentes modificações na sociedade contemporânea para a compreensão do jornalismo sob uma ótica atual, e principalmente para uma visão mais ampla sobre os discursos que se constroem na relação do leitor com o jornal, uma vez que “o discurso não acontece *no* texto, compreendendo aqui o texto como um objeto material. Ele acontece entre os sujeitos da interlocução. É no espaço *entre* esses sujeitos que o discurso efetivamente se constitui” (BENETTI, 2008, p. 17).

A definição da ótica pela qual será trabalhado o jornalismo nesta pesquisa está intimamente ligada às opções metodológicas, que, ao desmembrarem o texto discursivamente, extrairão os sentidos ali construídos e os analisarão através desta visão já estabelecida da

prática jornalística. Entretanto, superando as perspectivas teóricas, faz-se necessária uma reflexão sobre a tal prática inserida na lógica capitalista do século XXI. Esta abordagem, apesar de destacar elementos contrários às teorias aqui propostas – jornalismo sob a ótica construtivista e ambiental-, será fundamental para uma compreensão mais abrangente e contextualizada do *corpus* selecionado para esta análise.

3.3 AS IMPLICAÇÕES DA LÓGICA EMPRESARIAL SOBRE O JORNALISMO

A passagem do século XX para o século XXI foi caracterizada por profundas mudanças estruturais nas sociedades capitalistas, atingindo diversos setores: econômico, social, cultural, político, entre outros. Tais modificações – consideradas por alguns pensadores como uma revolução – acarretaram mudanças significativas nos mais distintos contextos sociais.

Os elementos que estabeleceram historicamente o contrato de comunicação do jornalismo com o seu público leitor também ficam abalados com esta nova perspectiva econômica que passa a reger a sociedade capitalista. Taschner (1987) propõe uma reflexão sobre a atividade jornalística frente a estas mudanças, avaliando os valores que são atribuídos à mesma a partir da consolidação da “sociedade em rede”⁹. Segundo a autora, com crescimento dos grandes conglomerados organizacionais, o jornalismo – e os jornalistas – deparam-se com uma crise de identidade, na qual interesses comerciais confrontam os valores notícia e os princípios desta prática.

O crescimento econômico do Brasil a partir da década de 60 marca o processo de implantação de bens simbólicos no país que, amparados pelos ideais de desenvolvimento, encontram nos governos militares uma oportunidade de implementação de conglomerados empresariais ligados à comunicação de massa e ao ramo cultural. O jornalismo, que no país até então era associado diretamente a interesses políticos e/ou literatura, busca nesta nova estrutura, denominada “indústria cultural”¹⁰, uma forma de se organizar mais como empresa e menos sob o controle de partidos políticos (FONSECA, 2005, p. 10).

⁹ Termo definido por Castels (2000) como a estrutura social (global, capitalista e informacional) formada pela articulação entre as novas tecnologias e a reorganização do sistema capitalista.

¹⁰ O termo “indústria cultural”, cunhado pelos filósofos e sociólogos (membros da escola de Frankfurt) Theodor Adorno e Max Horkheimer, definia os grandes conjuntos empresariais que produziam e distribuíam objetos culturais, entendendo a arte como objeto de mercadoria, sujeita as leis de mercado.

Este jornalismo com características mais independentes, livre de interesses externos, não encontra o seu lugar neste início de século, uma vez que se vê inserido em uma rede mercadológica que o determina e o configura como prática social. Taschner (1992) afirma que o que caracteriza a imprensa desta indústria cultural é a subordinação da mensagem jornalística, ou seja, da notícia, a uma lógica empresarial. Uma vez que as notícias são concebidas como mercadorias, e não mais exclusivamente como serviço público, seus princípios e sua identidade são afetados.

Na direção do interesse público e da relevância social, o jornalismo deveria cumprir outras funções secundárias nas sociedades democráticas, como vigiar o exercício do poder e contribuir para a construção da cidadania. No entanto, o cinismo que cerca os interesses institucionais de quem detém o “poder de dizer” geralmente impede, ou pelo menos inibe, o cumprimento dessas finalidades (BENETTI, 2008, p. 22).

Fonseca (2008) enfatiza que os grandes conglomerados multimídia que hoje dominam a imprensa no Brasil, regidos pela lógica de acúmulo de capital e crescimento econômico, não só prejudicam a função histórica da prática jornalística, mas também geram uma crise identitária na mesma e nos profissionais da área. O jornalismo, respaldado em seu poder de legitimador da realidade, muitas vezes é utilizado para divulgar e reforçar idéias e formas de ver o mundo, “construindo uma visão hegemônica que pouco pode ter a ver com os interesses do cidadão ou com a complexidade social” (BENETTI, 2008, p. 22). Este contrato social – que coloca o jornalismo como um dos elementos sociais que tem o poder de transmitir conhecimento – ao não ser questionado pelo leitor frente a estas modificações estruturais, reforça o poder do “não dizer” que o jornalismo utiliza para suas escolhas editoriais, ou seja, para transmitir aquilo que lhe convém.

O jornalismo em emergência, no início do século XXI, se afasta das conceituações teóricas que o determinaram ao longo da história, e o configuram sob uma nova ótica, a de um jornalismo prestador de serviços e entretenimento, uma vez que os conteúdos oferecidos pelos jornais contemporâneos “seriam definidos menos em função do valor notícia ‘interesse-público’ ou importância e mais em razão de valores como ‘interesse do público’ (gosto, preferência)” (FONSECA, 2008, p. 8).

A notícia entendida como o relato, a interpretação e a análise de fato/evento de interesse público vem perdendo o caráter de expressão do jornalismo. Em algumas dessas novas organizações multimídia, vem se definindo cada vez menos por critérios de noticiabilidade vinculados ao interesse público e mais por critérios relativos à prestação de serviço e entretenimento (FONSECA, 2005, p. 16).

Dessa forma, ao considerarmos o jornalismo sob a ótica construtivista (como um dos elementos responsáveis por relacionar os indivíduos com o mundo), esta perspectiva de uma prática submissa a interesses outros que não o interesse público expõe uma realidade extremamente conflitiva. Sabendo-se que os meios de comunicação não são meros transmissores de informação, mas sim construtores de significados em uma sociedade, o seu papel, os interesses que o regem e os objetivos desta prática devem ser constantemente reavaliados para que sua função primordial – o de intérprete e analista da realidade social – não seja perdida.

No intuito de seguir uma linha coerente com os enquadramentos teóricos aqui expostos, e buscando atingir os objetivos propostos por esta pesquisa, passamos para a explicação das trajetórias metodológicas, aprofundando os conceitos e opções analíticas empregadas na análise do *corpus* selecionado.

4 TRAJETÓRIA METODOLÓGICA

Para abordar o jornalismo sob a ótica discursiva e construtivista, explicaremos o caminho seguido no desenvolvimento das trajetórias metodológicas. Uma vez que nosso objetivo é entender os sentidos atribuídos ao “verde” no discurso do jornal Zero Hora a partir da cobertura da implantação da Fábrica de Plástico Verde da Braskem, optamos por seguir a Análise de Discurso Francesa (AD)¹¹ como referencial teórico metodológico. A opção pela análise do *corpus* através da AD exige estar cientes das limitações e implicações que circunscrevem o produto jornalístico, pois “a compreensão dessas condições não é acessória e, sim, um pressuposto para qualquer estudo do jornalismo” (BENETTI, 2007, p. 111).

4.1 REFLEXÕES SOBRE A ANÁLISE DO DISCURSO

Cabe, aqui, esclarecer que este tipo de análise abrange uma gama de conceituações, assim como diferentes formas de olhar e compreender a linguagem em sua materialidade – ou seja, o texto. Neste trabalho, a partir de uma leitura preliminar do objeto escolhido, destacaremos os pontos que serão fundamentais para satisfazer aquilo a que nos propomos estudar. Conforme Orlandi (2005, p. 27), quando nos referimos ao dispositivo analítico, estamos pensando já no dispositivo teórico “individualizado” pela análise específica que se pretende, “daí dizer que o dispositivo teórico é o mesmo, mas os dispositivos analíticos não. O que define a forma do dispositivo analítico é a questão posta pelo analista, a natureza do material que analisa e a finalidade da análise”. Pretendemos, assim, mergulhar na linguagem do jornal, buscando, num universo possível de sentidos, aqueles que são ditos, e os porquês dos outros tantos possíveis que não são ditos, identificando, assim, as ideologias que regem os sujeitos discursivos.

Para tal, apoiaremos-nos principalmente nos conceitos e trajetórias propostos por Pêcheux (1975), que busca relacionar a língua, os sujeitos e a história – traduzidos,

¹¹ Existem duas correntes teóricas em análise do discurso, a inglesa e a francesa. A análise de discurso inglesa fundamenta-se na identificação da pessoa que conduz a narrativa dos acontecimentos e das proposições que formula para os interlocutores. Por outro lado, a análise de discurso francesa embasa-se na identificação de discursos já instituídos e que são incorporados pelos sujeitos. Optamos, como escolha metodológica, pela AD francesa por entendermos que esta está diretamente relacionada com a proposta analítica desta pesquisa.

representados e reforçados aqui também por Orlandi (1995, 2005) e Brandão (1995) -, assim como outros autores que ajudaram a conceituar e delimitar tal prática, como Charaudeau (2006) e Maingueneau (1984, 2004). Serão utilizadas, também, algumas conceituações desenvolvidas por Foucault (2010) ao longo de sua reflexão sobre o discurso. Dada a heterogeneidade do pensamento desses estudiosos – Pêcheux e Foucault – tomaremos as proposições de Pêcheux como base para esta pesquisa, e utilizaremos somente alguns conceitos de Foucault – conceitos estes que apresentam-se em aliança com a proposição analítica de Pêcheux - para a construção do caminho metodológico.

Partimos da idéia de que os discursos são sempre construções de significados. Comunicar, educar, informar: tudo são escolhas. (CHARAUDEAU, 2006). E essas escolhas não se restringem ao conteúdo escolhido, às técnicas de escrita, mas sim aos efeitos de sentidos eleitos para influenciar o outro. Através da AD é possível desconstruir os ditos do jornal, extraíndo seus sentidos, e buscando, assim, conhecer a engrenagem discursiva desse segmento, pois “não há uma verdade oculta atrás do texto, há gestos de interpretação que o constituem e que o analista, com seu dispositivo, deve ser capaz de compreender” (ORLANDI, 2005, p. 26).

Remetemo-nos a Foucault (1986) para a definição deste discurso que nos propomos a analisar. As reflexões foucaultianas não tinham como objetivo imediato construir uma teoria sobre o discurso pois, de acordo com Gregolin (2004), suas temáticas sempre foram amplas e envolveram as relações entre os saberes e os poderes na história da sociedade. Entretanto, as problemáticas por ele abordadas estiveram sempre articuladas a uma reflexão sobre os discursos, uma vez que, para o autor, são as práticas discursivas que determinam o objeto. O sujeito é, para Foucault, o objeto principal de sua obra. Entretanto, o autor vê e entende este sujeito como uma fabricação, “uma construção realizada, historicamente, pelas práticas discursivas” (GREGOLIN, 2004, p. 59), e por isso a conceituação de discurso se torna elemento fundamental na construção de sua reflexão teórica, uma vez que, para analisar este sujeito “é preciso determinar e descrever a proliferação dos acontecimentos discursivos através dos quais, graças aos quais e contra os quais se formaram as noções, os conceitos que atravessam e constituem os objetos e engendram os discursos que falam sobre eles” (GREGOLIN, 2004, p. 59).

A noção de discurso é apresentada então por Foucault como “um conjunto de enunciados¹², na medida em que se apóiem na mesma formação discursiva, para os quais

¹² O enunciado é aqui entendido como a unidade elementar do discurso. Nas palavras de Foucault é considerado elemento “indispensável para que se possa dizer se há ou não frase, proposição, ato de linguagem (...). Ele não é,

podemos definir um conjunto de condições de existência” (FOUCAULT, 2010, p.132-133). Ele é visto como um campo de regularidades, em que diversas posições de subjetividade podem se manifestar, ou seja, “como um conjunto de regras anônimas, históricas, sempre determinadas no tempo e o espaço, que definiram, em uma dada época e para uma determinada área social, econômica, geográfica ou lingüística, as condições de exercício da função enunciativa” (FOUCAULT, 2010, p.133). O discurso caracteriza-se por ser um jogo estratégico e polêmico, o espaço onde poder e saber se articulam, pois quem fala, fala de algum lugar, a partir de um direito reconhecido institucionalmente. “Esse discurso, que passa por verdadeiro, que veicula saber (o saber institucional), é gerador de poder” (BRANDÃO, 1995, p. 32).

É necessário, assim, considerar outras dimensões que transbordam a linguagem a fim de extrair o discurso que se insere nas palavras. Maingueneau (1987) aponta como fundamental para uma análise considerar o quadro das instituições em que o discurso é produzido, as quais delimitam fortemente a enunciação: os embates históricos, sociais, etc. que se cristalizam no discurso, e o espaço que cada discurso configura para si no interior de um interdiscurso. Pêcheux partilha da visão destes autores ao afirmar que:

Não se trata de pretender aqui que todo discurso seria como um aerólito miraculoso, independente das redes de memória e dos trajetos sociais nos quais ele irrompe, mas de sublinhar que, só por sua existência, todo discurso marca a possibilidade de uma desestruturação-reestruturação dessas redes e trajetos: todo discurso é um índice potencial de uma agitação nas filiações sócio-históricas de identificação (PÊCHEUX, 2009, p. 56).

Sendo assim, a análise discursiva busca extrair elementos que determinam a amplitude do domínio da linguagem. Ao adotá-la, busca-se compreender “o jogo interacional e ideológico no qual as manifestações lingüísticas ocorrem” (SARGENTINI, 2006, p. 187), assim como buscar identificar as relações de poder às quais estão submetidas.

4.1.1 Esquecimentos e a Ideologia

O ponto de partida para uma análise discursiva de um texto, seja ele escrito ou oral, é adentrar a sua “superfície lingüística”, passando, assim, para o discurso circunscrito nela. Para

em si mesmo, uma unidade, mas sim uma função que cruza um domínio de estruturas e unidades possíveis e que faz com que apareçam, com conteúdos concretos, no tempo e no espaço” (FOUCAULT, 2010, p. 97-98)

tal, é importante identificar, conforme sistematiza Orlandi (2005), os dois tipos de “esquecimentos” presentes em qualquer discurso: o esquecimento número dois – da ordem da enunciação. Este esquecimento significa que, ao falarmos, o fazemos de uma forma e não de outra, através de paráfrases. Estas são entendidas como os mecanismos pelas quais se retorna sempre aos mesmos espaços do dizer (mesmas formulações sobre um dizer sedimentado), e que está baseado naquilo que se mantém, isto é, no dizível, na história.

O esquecimento número um é o também chamado Esquecimento Ideológico. Este é da instância do inconsciente e resulta do modo pelo qual somos afetados pela ideologia, pois “por este esquecimento temos a ilusão de ser a origem do que dizemos quando, na realidade, retomamos sentidos pré-existent” (ORLANDI, 2005, p. 36).

Temos, aqui, uma noção que perpassa toda a análise que será feita: a noção de ideologia. Apesar de este elemento não estar presente na reflexão teórica de Foucault (2010), entendemos que sua caracterização dentro da AD é fundamental para a compreensão dos objetivos da pesquisa, pois se trata de um conceito central na busca de extrair da superfície lingüística dos discursos nela presentes.

Diversos autores propuseram definições para o termo, mas, nos anos 1960 e 1970, a análise do discurso francesa optou por contemplar a proposta pelo filósofo marxista Althusser, que a definia como uma relação imaginária entre os indivíduos e sua existência, concretizando-se materialmente através de práticas cotidianas. Brandão (1995) atribui a esta noção de ideologia a função geral de mediadora na integração social, na coesão do grupo. Ela seria a que opera através da sociedade, de forma simplificadora e esquemática, sendo a partir dela que as pessoas pensam. Através dela se tem uma representação da realidade.

A visão marxista aos poucos foi superada por outros conceitos que, hoje, constituem uma visão mais ampla e coerente do termo. É atribuída à ideologia uma noção mais ampla, definida como uma concepção de mundo de uma determinada comunidade social num determinado momento histórico. “Isso vai acarretar a uma compreensão dos fenômenos de linguagem e ideologia como noções estreitamente vinculadas e mutuamente necessárias, uma vez que a primeira é uma das instâncias mais significativas em que a segunda se materializa” (BRANDÃO, 1995, p. 27).

Assim, entendemos que não há *um* discurso ideológico, mas todos os discursos o são. Esta visão afasta a ideologia da noção de uma “falsa consciência”, e entende-a como algo inerente ao signo em geral.

É a ideologia que fornece as evidências pelas quais ‘todo mundo ‘sabe’ o que é um soldado, um operário, um patrão, uma fábrica, uma greve, etc., evidências que fazem com que uma mesma palavra ou enunciado ‘queiram dizer o que realmente dizem’ e que mascaram, assim, sob a ‘transparência da linguagem’, aquilo que chamaremos o *caráter material do sentido* das palavras e dos enunciados (PÊCHEUX, 2009, p. 160)

Entretanto, é preciso compreender que, apesar de inerente, ela pode ser produzida intencionalmente. Ao produzir-se um discurso através de um recorte da realidade, atribuindo a determinadas palavras sentidos já pré-determinados, mesmo que inconscientemente, estabelece-se um contrato com o outro, ou seja, uma partilha de uma mesma opção simbólica. Esta opção, apesar de não corresponder à totalidade da realidade sócio-histórica da palavra, é trabalhada no texto como tal. Daí a necessidade da aplicação de determinados métodos da AD para extrair essas ideologias inseridas no discurso, e analisá-las dentro de um contexto maior, que é o conjunto de sua história discursiva.

4.1.2 Interdiscurso, Formações Ideológicas e Formações Discursivas

Considerar, então, as condições de produção em um sentido amplo, abrangendo o contexto histórico, social e ideológico, é fundamental para adentrarmos a “memória” da palavra, discursivamente tratada como o interdiscurso da palavra. “Este é definido como aquele que fala antes, em outro lugar, independentemente” (ORLANDI, 2005, p. 30). Ele é o que chamamos de memória discursiva, ou seja, “o saber discursivo que torna possível todo o dizer e que retorna sob forma do pré-construído, o já dito que está na base do dizível, sustentando cada tomada de palavra” (ORLANDI, 2005, p. 31).

O interdiscurso pode ser definido como um conjunto de unidades discursivas (pertencentes a discursos anteriores do mesmo tema) com os quais um discurso em particular, no caso o discurso analisado, entra em relação implícita ou explícita, pois todos os sentidos já ditos por alguém, em algum momento e em algum lugar, têm efeito sobre o que este discurso específico diz.

Alguma coisa mais forte – que vem pela história, que não pede licença, que vem pela memória, pelas filiações de sentidos construídos em outros dizeres, em muitas outras vozes, no jogo da língua que vai-se historicizando aqui e ali, indiferentemente, mas marcada pela ideologia e pelas posições relativas ao poder – traz em sua materialidade os efeitos que atingem esses sujeitos a pesar de suas vontades (ORLANDI, 2005, p. 32).

Uma das grandes contribuições de Pêcheux (1975) nas reflexões sobre o discurso está no fato de ver nos protagonistas do discurso não pessoas físicas, individuais, mas sim a representação de “lugares determinados na estrutura de uma formação social, lugares cujo feixe de traços objetivos característicos pode ser descrito pela sociologia” (BRANDÃO, 1995, p. 36). No discurso, a relação entre esses lugares é representada por uma série de “formações imaginárias”, que designam as posições (auto)determinadas de quem escreve e do outro, o destinatário. “Dessa forma, em todo processo discursivo, o emissor pode antecipar as representações do receptor e, de acordo com essa antevisão do “imaginário” do outro, fundar estratégias de discurso” (BRANDÃO, 1995, p. 36).

Por isso a necessidade de uma reflexão, já realizada no capítulo II, acerca da historicidade do discurso sobre o “verde”. Historicidade essa não somente pensada na história refletida no texto, mas principalmente o acontecimento do texto como discurso, o trabalho dos sentidos contidos nele, pois “a região do materialismo histórico que interessa a uma teoria do discurso é a da superestrutura ideológica ligada ao modo de produção dominante na formação social considerada” (BRANDÃO, 1995, p. 37).

Ao pensar um objeto discursivo, é preciso analisar, inicialmente, o que é dito neste discurso e o que é dito em outros, ou seja, identificar as diferentes memórias discursivas a que o texto remete. Cabe ao pesquisador, assim, empreender uma análise das marcas formais que remetam à formação ideológica presente no material analisado. Estas marcas formais são as chamadas Formações Discursivas. Entende-se, assim, que os discursos são governados por formações ideológicas, e que essas têm como um de seus componentes fundamentais as formações discursivas (FD).

Maingueneau (1984) contribui para a compreensão das metodologias de análise caracterizando os Espaços Discursivos. Estes são os recortes discursivos que o analista isola no interior de um campo discursivo visando os propósitos específicos de análise. Para realizar estes recortes, é necessário um saber histórico a fim de levantar os questionamentos que se buscará responder ao longo da pesquisa. O autor entende, uma vez que um discurso remete sempre a outros discursos, ele nunca é autônomo, “suas condições e possibilidades semânticas se concretizam num espaço de trocas, mas jamais enquanto identidade fechada” (BRANDÃO, 1995, p. 73). A noção de Formação Discursiva, portanto, está intimamente ligada com o interdiscurso.

A origem do termo FD está em Foucault (2010), que na sua obra *A arqueologia do Saber* a utiliza para designar “conjuntos de enunciados que podem ser

associados a um mesmo sistema de regras, historicamente determinadas” (CHARAUDEAU; MAINGUENEAU, 2004, p. 240), ou seja, sua proposta é a de buscar as regularidades que existem por trás da dispersão de elementos.

No caso em que se puder descrever, entre um certo número de enunciados, semelhante sistema de dispersão, e no caso em que entre os objetos, os tipos de enunciação, os conceitos, as escolhas temáticas, se puder definir uma regularidade (uma rodem, correlações, posições e funcionamentos, transformações), diremos, por convenção, que se trata de uma *formação discursiva* (FOUCAULT, 2010, p. 43).

Entretanto, é com Pêcheux que essa noção é inserida na análise do discurso. Ela permite relacionar o conjunto de enunciados sócio-históricos com uma identidade enunciativa, como por exemplo: o discurso ambiental, o discurso comunista, entre outros, pois “para uma sociedade, um lugar, um momento definidos, somente uma parte do dizível é acessível, dizível esse que forma um sistema e delimita uma identidade” (MAINGUENEAU, 1984, p. 5).

Para fins de análise do discurso sobre o “verde”, tendo como base a reflexão histórica e ideológica apresentadas no capítulo I, retomamos aqui as distintas visões entre as correntes da ecologia profunda, relacionada com a visão ecossocial, e da ecologia rasa, relacionada com a visão ecotecnocrática. Elas serão utilizadas para construir as perspectivas de enunciação do discurso das matérias jornalísticas a serem analisadas, uma vez que “a formação discursiva se define como aquilo que, numa formação ideológica dada – ou seja, a partir de uma posição dada em uma conjuntura sócio-histórica dada- determina o que pode e deve ser dito” (ORLANDI, 2005, p. 43).

Propomos, assim, as seguintes FDs para operar a análise:

- FD ecossocial – Esta corrente parte de um ponto de vista sistêmico, reconhecendo a interdependência fundamental de todos os fenômenos. Ela sustenta a idéia da necessidade de um novo critério de racionalidade amparado por duas dimensões de solidariedade: a *diacrônica*, com respeito às gerações futuras, e a *sincrônica*, estabelecida entre as gerações presentes. Assim, está em desacordo com a noção de globalização defendida pelo liberalismo ecológico, uma vez que considera a cultura como ponto fundamental na discussão da relação do homem com a natureza. Os ecossocialistas buscam um desenvolvimento que respeite os distintos modos de vida e as diferentes culturas e que favoreça a preservação da biodiversidade.

- FD ecotecnocrática – esta corrente mantém uma visão cartesiana de mundo e, através da racionalidade econômica, entende a natureza como fonte de recursos, que se esgotam e são limitados, e que são valorados monetariamente. Entretanto, esse discurso não

nega a problemática relação entre o homem e a natureza, mas busca soluções dentro desta lógica. Os tecnicistas pressupõem ser possível seguir o mesmo padrão tecnológico dominante ao incorporar uma nova geração de tecnologia menos danosa ao meio ambiente. Conforme Caporal e Costabeber (2000), este pensamento caracteriza-se por promover uma visão otimista do modelo vigente.

Entendemos, assim, que as FDs podem ser vistas como regionalizações do interdiscurso. Orlandi (2005, p. 44) afirma que “é pela referência à formação discursiva que podemos compreender, no funcionamento discursivo, os diferentes sentidos. Palavras iguais podem significar diferente”, e são esses possíveis sentidos atribuídos ao “verde” que buscaremos encontrar através das FDs estabelecidas através da historicidade discursiva da palavra. Em última instância, buscaremos compreender o sentido do que ali está dito.

4.1.3 As formas de silêncio

Uma análise prévia do *corpus* da pesquisa nos induz a uma reflexão além das FDs encontradas nos discursos. Ao identificarmos uma grande quantidade de não-ditos sobre o tema da pesquisa, considerados como “ditos” essenciais para a caracterização do “verde” a que nos propusemos estudar, entendemos como fundamental uma análise dos porquês da presença desses silêncios, tão perturbadores quanto os repetidos ditos do texto.

A perspectiva de estudo do silêncio a que nos propomos não busca o que normalmente se analisa, o “implícito” - ou seja, aquele silêncio que, apesar de não-dito, significa nas palavras. O não-dito remete ao dito, ele tem uma relação de dependência com o dizer para significar. Aqui entendemos o silêncio não como aquele que é remetido pelas palavras, mas sim aquele que permanece em silêncio e significa, ou seja, o “silêncio que atravessa as palavras, que existe entre elas, ou que ainda indica que o sentido pode ser sempre outro, ou ainda aquilo que é o mais importante e que nunca se diz” (ibid, p. 14). “Conhecer o silêncio não é, pois, atribuir-lhe um sentido metafórico em sua relação ao dizer (“traduzir” o silêncio em palavras), mas conhecer os processos de significação que ele põe em jogo. Conhecer os seus modos de significar” (ORLANDI, 1995, p. 52).

A Análise do Discurso permite esse tipo de exercício, uma vez que através dela superamos o paradigma da linguagem verbal. Ela nos permite chegar ao encontro da materialidade da língua com a materialidade da história, e é a articulação entre estes dois que

torna o silêncio visível, uma vez que ele não se reduz à ausência das palavras. Elas, as palavras, são carregadas de silêncio. E ele não é facilmente apreensível, nem imediatamente interpretável. Ele só se torna palpável quando se coloca em relação os múltiplos textos, os intertextos, ou seja, a sua materialidade histórica.

Orlandi (1995) propõe duas formas de silêncio que compõem a visão aqui presente. O Silêncio Fundador, entendido como aquele que, ao atravessar as palavras, é um acontecimento essencial da significação. Resulta, assim, que há uma incompletude da linguagem quanto ao sentido. O segundo sentido, que será usado analiticamente nesta pesquisa, é o Silenciamento – aquele que entende que “como o sentido é sempre produzido de um lugar, a partir de uma posição do sujeito, ao dizer ele estará, necessariamente, não dizendo “outros” sentidos” (ibid, p. 55).

Aqui aparece uma dimensão política do dizer, uma vez que ao dizer algo, apagamos necessariamente outros sentidos possíveis, mas indesejáveis. A ideologia circunda, assim, a construção do texto, uma vez que as formações discursivas, definidas pelo interdiscurso do tema, limitam os dizeres. “O interdiscurso é o conjunto do dizível, histórica e linguisticamente” (ibid, p. 89).

Propomo-nos, nesta pesquisa, a identificar as formações discursivas presentes no discurso sobre o “verde”, assim como a extrair, através da reflexão histórica, os silenciamentos que emergem entre as palavras. Uma relação entre o interdiscurso e o não-dito emergirá, e poderemos entender como e por que determinada ideologia pode “apagar” sentidos, e criar e/ou reforçar outros.

4.2 ENTENDENDO O OBJETO DE ESTUDO

O século XXI tem-se caracterizado, dentre outras coisas, pela emergência da problemática ambiental, em especial do tema aquecimento global, o que tomou conta de diversos setores da sociedade: mídia, escola, empresas, entre outros. Borges e Hillebrand (2007, p. 8) afirmam que, apesar de a questão da queima excessiva de petróleo e carvão ter sido amplamente veiculada pelos meios de comunicação de massa, “a vida animal está sendo atingida e prejudicada também, intensamente, por contaminação crescente da água, do solo e dos seres que nela habitam”, e que estas questões ainda são “despercebidas e desconhecidas, sendo muito pouco mencionadas”.

Dado o desconhecimento da população sobre os malefícios do plástico - tema aqui tratado-, seja ele “verde” ou não, entendemos como fundamental a exposição de algumas pesquisas científicas e materiais já publicados sobre o assunto, que trazem informações perturbadoras e de extrema importância para a saúde pública, porém que, por alguma razão ainda desconhecida, não são pautadas pelos meios de comunicação. Estas reflexões são fundamentais para aquilo que defendemos no jornalismo ambiental, que é o seu caráter cívico, apontando sempre para a necessidade de perceber os acontecimentos através de sua inter-relação com outros, de sua interconexão com os diferentes fatos.

4.2.1 O plástico Verde

Em 2010, a empresa Braskem, líder das Américas na produção de resinas termoplásticas e maior produtora mundial de biopolímeros, inaugurou a primeira fábrica de plástico “verde” do mundo. O evento teve repercussão mundial, pois a proposta da empresa focava justamente na questão ambiental mais relevante dos últimos anos: a excessiva emissão de gases poluentes. A empresa, formada em 2002, e hoje com 29 plantas industriais espalhadas pelo Brasil e Estados Unidos, tem a visão estratégica de ser uma das cinco maiores petroquímicas do mundo, e possui um faturamento anual superior a 34 bilhões de reais. Atualmente, ela tem a capacidade de produzir cerca de 6,5 milhões e toneladas anuais de resinas termoplásticas (polietileno, polipropileno, PVC, entre outros)¹³.

O plástico é formado por uma mistura de diversos componentes sintéticos. Um dos principais elementos que faz parte da composição destes materiais é o gás eteno, que é produzido através de elementos extraídos do petróleo, o que acarreta um alto custo energético. A extração do petróleo e manipulação de seus componentes gera uma emissão alta de gás carbônico na atmosfera, o que contribui para a intensificação do fenômeno de aquecimento global. Já o plástico “verde” retira estes mesmos elementos antes extraídos do petróleo, da cana de açúcar. Com eles, produz o eteno, e, a partir do eteno, fabrica o polietileno e diversos outros componentes. A cana de açúcar, por ser gerada através da plantação, e por ter a capacidade de crescer novamente depois da colheita, é considerada uma fonte renovável, diferente do petróleo, que é uma matéria prima limitada. Além disso, conforme alega a

¹³ Dados e informações retirados do site da empresa Braskem: <<http://www.braskem.com.br>>. Acesso em: 18 jun. 2011.

própria Braskem, por ser uma planta, a cana de açúcar “compensa” a emissão de gases emitidos à atmosfera nos processos químicos para a transformação dos elementos colhidos. Segundo divulgado pela empresa, para cada tonelada de polietileno verde produzido, são capturados e fixados até 2,5 toneladas de CO₂ na atmosfera.

Resumindo, o plástico “verde” é assim chamado porque um de seus componentes, o polietileno, é derivado da cana de açúcar (fonte renovável e capaz de compensar a emissão de gases liberados nos processos industriais), e não mais do petróleo (recurso limitado). Esta é, entretanto, a única diferença entre ele e o plástico que hoje conhecemos, pois os produtos finais são exatamente os mesmos, como afirma a empresa. Assim, este plástico também não é biodegradável, possui o mesmo potencial poluidor e oferece os mesmos riscos à saúde pública, conforme explica Saldanha (2008)¹⁴.

Cabe, neste momento, levantarmos alguns questionamentos que acreditamos ser de suma importância para as reflexões que serão apresentadas na análise das matérias analisadas pela ótica discursiva.

Iniciaremos com a seguinte pergunta: de onde virá toda esta cana de açúcar necessária para suprir a demanda da empresa? Vamos apresentar alguns dados fornecidos pela empresa: 1% do território brasileiro é utilizado para o plantio de cana de açúcar, o que corresponde à produção de 30 bilhões de litros de eteno por ano. Com a instalação da planta industrial da Braskem, estima-se que nos próximos 5 anos a quantidade de eteno produzido chegue a 63 bilhões de litros anuais – quase o dobro do que é produzido hoje. Sendo assim, os 8 milhões de hectares utilizados para a monocultura¹⁵ desta planta duplicarão, chegando a ocupar 2% do território brasileiro.

A empresa afirma que, hoje, 57% da cana de açúcar destinada à produção do plástico “verde” vêm de São Paulo, e o restante de outros estados brasileiros. O transporte é feito por trem, navio e caminhão. Levando-se em conta a quantidade de vegetação que é transportada para suprir a demanda da empresa, e a distância entre a planta industrial e as zonas de

¹⁴ Jaques Saldanha é um ambientalista graduado em Ciências Jurídicas e Engenharia Agrônômica pela UFRGS, e ministra palestras sobre agrotóxicos e outras problemáticas sócio-ambientais. As visões do ambientalista aqui expostas foram retiradas de uma entrevista concedida ao site Amai-vos. Disponível em: <http://amaiivos.uol.com.br/amaiivos09/noticia/noticia.asp?cod_canal=41&cod_noticia=12814>. Acesso em: 23 jun. 2011.

¹⁵ A monocultura é o plantio extensivo de um único vegetal. Ela traz desvantagens ambientais porque exaure o solo com o tempo, acabando com o seu potencial fértil, e reduz significativamente a biodiversidade vegetal e animal, podendo levar diversas espécies à extinção. As desvantagens sociais ocorrem porque reduz o uso da mão-de-obra no campo. Além disso, a monocultura, por se tratar de uma única planta, pode apresentar uma grande desvantagem econômica, já que um único tipo de praga, doença, ou alteração climática pode acabar com todo o plantio. Infelizmente, a indústria já encontrou uma solução para evitar um possível prejuízo: o uso de agrotóxicos. Eles protegem a(s) planta(s) em questão, mas, por serem tóxicos, levam muitas espécies à morte.

monocultura, nos deparamos com um dado importante: o gasto de combustível para tal é altíssimo, e acarreta na emissão de uma grande quantidade de gases poluentes no ambiente. Infelizmente, estes dados não estão nos cálculos “ambientais” da empresa, ou ao menos não são expostos ao público.

Entretanto, em diversas matérias publicadas pela Zero Hora (que serão explicitadas na análise), a empresa manifesta um grande interesse em incentivar os agricultores do estado do Rio Grande do Sul à produção desta planta, em substituição a outras monoculturas, ou buscando novas áreas “virgens” para implantar este cultivo.

Os agricultores, motivados pelo potencial lucrativo desta nova monocultura, mostram-se entusiasmados com a possibilidade. Entretanto, o Estado tem sofrido severos danos ambientais em função da introdução de algumas monoculturas, como a da soja, do eucalipto e do fumo, incentivadas pelo governo por seus potenciais econômicos. A monocultura de eucalipto, uma árvore exótica¹⁶ no estado, assim como é a cana de açúcar, por exemplo, foi implantada pelo então governador Germano Rigoto, em 2005, através de uma negociação com a empresa sueco-finlandesa Stora-Enso, Jukka Härmälä, que anunciou o investimento de US\$ 50 milhões na aquisição de 50 mil hectares para o plantio de eucaliptos na região.

Seis anos depois desta decisão, o cenário que observamos é alarmante. A planta, por sua boa adaptação no Estado, tornou-se o que os ambientalistas chamam de “praga”, pois a sua expansão está invadindo áreas nativas, acabando com a biodiversidade regional. Muitos consideram este como um “crime” ambiental cometido pelo ex-governador do Estado.

Este caso nos mostra um dos possíveis cenários que a introdução da monocultura de cana de açúcar pode trazer ao Rio Grande do Sul.

4.2.2 As outras “cores” do plástico

Há pesquisas realizadas em diversos países a respeito de impactos ambientais relacionados com produtos químicos sintéticos, especialmente plásticos e produtos de limpeza. Algumas destas pesquisas estão descritas no livro *O futuro roubado – Our Stolen*

¹⁶ Plantas exóticas são aquelas que foram introduzidas em determinado ambiente sendo, no entanto, originárias de outras regiões ou países. Para o cultivo delas em uma região não-nativa, o solo deve ser modificado, o que pode provocar severos danos às espécies que lá habitam. Às vezes, estas plantas se adaptam tão bem que se proliferam e avançam sobre a vegetação nativa, podendo causar grandes desequilíbrios ecológicos, acabando com a biodiversidade local.

Future, no original em inglês (COLDORN, DUMANOSKI, MEYERS, 2002) e alertam sobre os riscos de consumir produtos químicos contendo substâncias que atuam no organismo interferindo em seu funcionamento, “por ligarem-se aos receptores de hormônios e, portanto, simularem ou bloquearem a ação de hormônios naturais” (BORGES; HILLEBRAND, 2007, P. 27). Expliquemos. Diversos componentes do plástico e de outros materiais industrializados são substâncias químicas criadas artificialmente, através da mistura de diferentes elementos químicos e de sua “forçada” interação por meio de processos tecnológicos. Estes elementos, como o eteno, propeno, polietileno e os ftalatos, são essenciais para a elaboração de diversos plásticos (sacolas, brinquedos, PVC, entre outros), por fornecerem, entre outras coisas, a maleabilidade dos compostos.

Grande parte dos componentes do plástico, por ser artificial, não age da mesma forma que os elementos naturais, que seguem um ciclo de degradação regular. A questão é simples: os materiais artificiais são desconhecidos dos processos da natureza, e por isso sua interação pode provocar reações desconhecidas. Jaques Saldanha¹⁷, afirma que esta artificialização de moléculas sintetizadas em laboratório “é que vem causando todo drama dos últimos sessenta anos no planeta”. E por drama ele se refere, principalmente, aos danos causados ao homem.

O principal problema identificado no contato com o plástico é a capacidade que estes agentes químicos têm de simular hormônios femininos. Eles “alteram hormônios relacionados ao aparecimento de câncer testicular, à queda na contagem de espermatozóides no sêmen e às dificuldades de aprendizagem e deficiências de atenção em crianças” (COLBORN, DUMANOSKI, MYERS, 2002, p. 236). Dentre eles podemos citar o Bisfenol A, que gerou polêmica em diversos países, levando à proibição de sua produção. Saldanha explica que esta substância foi desenvolvida na década de 1930 do século XX, para ser empregada como hormônio sintético feminino. “Consta que outras moléculas foram mais eficazes, como o DES (um anabolizante cancerígeno usado na engorda do gado), propiciando que aquela fosse deixada de lado como hormônio artificial.” Em determinado momento, através de testes laboratoriais, descobriu-se que “a combinação desta substância com o gás de guerra mais utilizado na Primeira Guerra Mundial, o fogsênio (é um gás tóxico e corrosivo de fórmula COCl₂), formava-se a resina plástica policarbonato”. Esta é, hoje, uma das resinas mais amplamente utilizadas em produtos comerciais, como as mamadeiras e chupetas. Devido à quantidade de estudos recentes, estes produtos foram recentemente proibidos no Canadá,

¹⁷ Em entrevista concedida à Ilza Tourinho Girardi e publicada no site EcoAgencia, em 2010. Disponível em: <http://www.ecoagencia.com.br/?open=noticias&id=VZISXRIVONIYHZFRjZEZaN2aKVVVB1TP>. Acesso em: 23 jun. 2011.

Dinamarca, Costa Rica e alguns estados dos Estados Unidos por serem considerados perigosos à saúde.

Está comprovado que, nos organismos femininos, sua ação será o desequilíbrio hormonal, gerando uma série de síndromes, como câncer de mama, entrada precoce na juventude, câncer de útero, endometriose, dentre outras doenças tipicamente de fundo hormonal. Paralelamente, como os organismos masculinos, ocorre a diminuição, em todas fases de vida, do feto ao ser maduro, de sua capacidade de produção, e a manutenção dos equilíbrios sutis e fundamentais do hormônio masculino, testosterona, para que não sucumba à feminização (SALDANHA, 2010, online)¹⁸

Cabe aqui citar um estudo¹⁹ realizado em 2009, na qual pesquisadores descobriram que os participantes que, ao longo de uma semana, beberam em garrafas de policarbonato, comumente usado garrafas plásticas e mamadeiras, apresentaram um aumento de dois terços da substância química Bisfenol-A (BPA) na urina. Sendo assim, comprovou-se que apenas através do contato com o plástico, estes componentes já são absorvidos pelos homens.

Além do Bisfenol A, um alerta já foi dado por diversos pesquisadores sobre os riscos do contato humano com os ftalatos e outros polímeros (polietileno, polipropeno, entre outros) - substâncias químicas sintéticas amplamente utilizadas em plásticos com a finalidade de dar maleabilidade aos mesmos. Estas substâncias, assim com o Bisfenol A, têm habilidade de gerar disfunção de hormônios, sendo chamados de “flexores de gêneros” por sua potencialidade em provocar anormalidades genitais em meninos recém-nascidos. Eles têm sido amplamente banidos de brinquedos nos Estados Unidos e em outros países.

Além dos danos causados ao homem, é fundamental apontar estudos que denunciam os danos que o plástico causa a outros animais. O austríaco Werner Boote, em seu documentário “Planeta de Plástico”, mostra como a industrialização do plástico foi o início para uma poluição nunca antes vista da natureza. Ele relaciona mais de 700 pesquisas sobre o assunto, apontando as diferentes formas como o este produto “mata” pessoas e animais.

Atualmente, a produção de plástico é tão grande e o seu descarte adequado é tão difícil que há desertos, mares, rios, córregos, pastos, florestas, as cidades e o campo, dentre outros

¹⁸ Disponível em:

<http://amaivos.uol.com.br/amaivos09/noticia/noticia.asp?cod_canal=41&cod_noticia=12814>. Acesso em: 18 jun. 2011.

¹⁹ Estudo realizado na Harvard School of Public Health (HSPH), com o título original *Use of Polycarbonate Bottles and Urinary Bisphenol A Concentrations*, e publicado na Revista *Environmental Health Perspectives* • volume 117 | number 9 | September 2009. Disponível em:

<<http://ehp03.niehs.nih.gov/article/submitArticle.action?articleURI=info:doi/10.1289/ehp.0900604>>. Acesso em: 24 jun. 2011.

lugares, todos poluídos com embalagens de plástico, carcaças de plástico que revestem equipamentos, brinquedos de plástico, utensílios de plástico e outros objetos de plástico.

No que diz respeito às cidades urbanizadas, o maior problema encontra-se no fato de que o plástico descartado nas ruas é ‘sugado’ para dentro dos bueiros e galerias pluviais. De lá, esses objetos só saem por meio da atuação de empresas desentupidoras que se utilizam de tecnologias como o sistema de hidrojateamento e bombas de sucção.

Dessa forma, o plástico está em todos os lugares na sociedade contemporânea. Em todos os cômodos da casa, nas nossas roupas, nos eletrodomésticos, nos automóveis, em quase todos os objetos há um pedaço de plástico. Entretanto, na mesma medida que estes produtos são consumidos, eles são descartados, e a eliminação de plásticos é um problema sério porque os compostos sintéticos não se degradam naturalmente. Forlin & Farias, em um artigo²⁰ que analisa diferentes possíveis processos de reciclagem, afirmam que “a incompatibilidade de natureza química de determinadas resinas que compõem os diferentes materiais plásticos representam um sério problema na reciclagem de embalagens plásticas, à parte de outros contaminantes.

Analisar a forma como este material é visto, entendido e consumido pela sociedade é justificado pelo seu alto potencial danoso à natureza. O *corpus* desta pesquisa é composto por uma série de reportagens que apresentam o plástico através de um enfoque ecológico, ocultando – ou silenciando – realidades de extrema importância para a saúde humana e para o equilíbrio ecológico.

4.2.3 Apresentando o *corpus* Empírico e Discursivo da pesquisa

No intuito de analisar os sentidos que foram atribuídos ao verde pelo jornal Zero Hora através da cobertura da implantação da fábrica de Plástico Verde pela Braskem, foi realizada uma busca no acervo digital da empresa, identificando todas as matérias que continham a palavra PLÁSTICO VERDE, somando um total de 15 publicações sobre o tema (8 matérias na Editoria Economia, 2 Reportagens Especiais, 1 matéria e 1 entrevista no Caderno Dinheiro,

²⁰ Artigo publicado na revista Polímeros: Ciência e Tecnologia, vol. 12, nº 1, p. 1-10, 2002, com título Considerações Sobre a Reciclagem de Embalagens Plásticas. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/po/v12n1/9876.pdf>. Acesso em: 24 jun. 2011.

4 matérias no Caderno Mundo Sustentável) - produzidas entre 30 de abril de 2008 à 01 de janeiro de 2011.

Neste período de três anos foram identificados os principais acontecimentos relacionados à implantação da fábrica – que geraram uma concentração maior de reportagens em um curto período de dias. São eles: 05 de junho de 2008: Braskem sela instalação da fábrica em Triunfo; 22 de abril de 2009: Dilma inaugura Pedra Fundamental (início das obras); 24 de setembro de 2010: Inauguração da Fábrica. Com a definição destas datas, realizamos uma série de visitas ao Museu da Comunicação Hipólito José da Costa, em Porto Alegre (que conta com um grande acervo dos principais jornais da cidade), na qual buscamos os materiais impressos no período de 7 dias antes e sete dias depois de cada acontecimento a fim de identificar, em outros locais do jornal - como chamadas de capa – elementos relacionados ao temas e passíveis de análise. Estes farão parte do *corpus*, pois serão analisados discursivamente junto com as matérias a que remetem.

Para facilitar a visualização do *corpus*, elaboramos a seguinte tabela:

Tabela 1 – Matérias, Entrevistas, Reportagens e chamadas de capa

MATÉRIA			
	Data	Editoria	Título
Texto 1	04/06/2008	Economia	Disputa pelo plástico verde
Texto 3	05/06/2008	Economia	Pólo gaúcho receberá fábrica da Braskem
Texto 5	06/06/2008	Economia	Pólo gaúcho vai ter mais R\$ 1 bi
Texto 6	06/06/2008	Economia	De Triunfo para Roma
Texto 7	18/04/2009	Economia	O Estado no mapa da cana atrai investimentos
Texto 10	23/04/2009	Economia	Dilma apela para o uso da cana gaúcha
Texto 11	19/09/2010	Caderno Dinheiro	Milhões que trazem bilhões
Texto 12	20/09/2010	Caderno Nosso Mundo Sustentável	O plástico da Cana
Texto 13	20/09/2010	Caderno Nosso Mundo Sustentável	A matéria-prima: uma segunda geração para o etanol
Texto 14	20/09/2010	Caderno Nosso Mundo Sustentável	O vigor de uma gigante verde
Texto 15	20/09/2010	Caderno Nosso Mundo Sustentável	(Para seu filho ler) De onde vem e para onde vai o plástico verde
Texto 16	20/09/2010	Caderno Nosso Mundo Sustentável	O Futuro – No caminho do polipropileno verde
Texto 19	24/09/2010	Economia	Plástico Renovável – Polo gaúcho será mais verde
Texto 21	25/09/2010	Economia	Plástico renovável – Toyota de olho em resinas verdes
ENTREVISTA			
Texto 8	18/04/2009	Caderno Dinheiro	Entrevista: “O pior já passou”
REPORTAGEM ESPECIAL			
Texto 9	22/04/2009	Reportagem Especial	Da cana ao plástico: Uma Revolução verde na indústria gaúcha
Texto 17	23/09/2010	Reportagem Especial	Produto químico, trabalho humano
CHAMADA DE CAPA			
Texto 2	05/06/2008	Capa	Plástico Verde: Braskem anuncia hoje nova fábrica
Texto 4	06/06/2008	Capa	Fábrica de plástico verde abre investimento de R\$ 1 bi até 2011
Texto 18	24/09/2010	Capa	Era sustentável: Plástico verde transforma o Polo
Texto 20	25/09/2010	Capa	Plástico verde atrai interesse estrangeiro

5 CAPTURANDO OS SENTIDOS DO VERDE NAS PÁGINAS DE ZERO HORA

O discurso jornalístico configura-se por mediar diferentes campos sociais, elaborando e produzindo sentidos a partir de elementos anteriores a ele, ou seja, a partir de “determinados registros históricos” (BERGER, 1998, p. 188). Sendo assim, parte-se de uma leitura da superfície do texto para um processo de análise caracterizado por distintas etapas, na qual se extrai componentes que permitirão um aprofundamento na leitura destes textos, buscando identificar as ideologias a que estão relacionados. A análise não se limita a apontar o sentido hegemônico que este discurso constrói, mas também esta preocupada com a relação de forças que permitiu esta hegemonia, com os outros possíveis sentidos a que pode ser filiado, considerando sempre as condições de produção na relação com o interdiscurso, e investigando nos movimentos de dominância e silenciamento.

As condições de produção são entendidas levando em conta o jornalismo impresso sob a perspectiva construcionista – uma prática social capaz de construir realidades a partir daquilo que é dito, e do que não é dito. Nesta análise estará sempre presente a historicidade do discurso sobre o verde – seu interdiscurso -, assim como todos os sentidos “atuais” possíveis de serem associados ao tema. Tais elementos são fundamentais para uma compreensão abrangente do objeto analisado. O discurso é, por esta ótica, sempre uma decorrência, e não uma causa, e por isso é preciso que a teoria e o método indiquem os não-dizeres que estão, inevitavelmente, inseridos no discurso. “O papel do analista é o de observar a distância, para tentar compreender e explicar como funciona a máquina de fabricar sentido social, engajando-se em interpretações relativas cuja relatividade deverá aceitar e evidenciar” (CHARAUDEAU, 2006, p. 29).

Após um panorama inicial de cada material a ser analisado, apresentamos as principais Seqüências Discursivas dos textos, identificando, em negrito, as Marcas Discursivas. Estas serão, então, remetidas às Formações Discursivas anteriormente explicitadas – FD Ecossocial ou FD Ecotecnocrática -, e assim buscamos identificar as formações imaginárias presentes no texto. Um segundo passo consiste em extrair, a partir das ênfases que são dadas, os sentidos silenciados, ao que estes silenciamentos remetem e como os mesmos contribuem para a afirmação (ou não) de determinada(s) ideologia(s) presente(s) no conjunto de textos.

TEXTO 1

Data: 04/06/2008

Título: Disputa pelo plástico verde (texto + infográfico)

Editoria: Economia

MATÉRIA - A primeira matéria publicada pelo jornal Zero Hora sobre o assunto “plástico verde” elucida a disputa que ocorria, naquele momento, entre os Estados do Rio Grande do Sul e da Bahia para a implantação da nova fábrica da Braskem. É explicitada a necessidade de a região escolhida produzir uma quantidade alta de cana-de-açúcar para suprir as necessidades da empresa, e um projeto de altos investimentos para a produção desta matéria-prima no RS é citada de forma a ressaltar os possíveis retornos econômicos da implantação da fábrica no Estado. Não há uma explicação sobre os motivos pelos quais o plástico é “verde”, apenas é exposto o fato de que o polietileno será produzido a partir da cana-de-açúcar e não mais do petróleo. A matéria ainda destaca que o novo plástico será mais caro que o atualmente vendido pelo seu caráter “menos nocivo ao meio ambiente”. As fontes utilizadas são um executivo da Braskem, que afirma que ambos os estados podem vir a produzir a quantidade necessária de cana-de-açúcar para suprir as necessidades da empresa, e o presidente da Norobios (empresa que buscará investir milhões no plantio desta matéria prima), que mostra que o seu projeto de plantio no RS já está em andamento.

INFOGRÁFICO - Em um infográfico intitulado “como é o processo”, o jornal mostra, em 5 passos, o projeto de produção de cana-de-açúcar, destacando elementos como o espaço necessário para o plantio, em que este material será transformado, o que produzirá, o caminho que o mesmo percorrerá até chegar à fábrica, o que será feito dele, e os produtos finais. No último item é citado o plástico verde, sendo que o seu nome é justificado pelo polietileno ser produzido a partir da cana, “material renovável que pode ser replantado”, e não mais do petróleo, “recurso que tende a se esgotar”.

SD1 (T1): *A falta de plantações* de cana no Estado é um dos aspectos *que reduzem a competitividade* na briga pelo investimento.

SD2 (T1): Para o executivo, a instalação de uma usina de álcool em São Luiz Gonzaga deve ser o *propulsor do aumento da produção gaúcha*, atualmente em torno de 10 milhões de litros de etanol por ano.

SD3 (T1): Feito a partir da cana-de-açúcar, em vez de petróleo, *o polietileno verde é uma inovação* no mercado de resinas plásticas.

SD4 (T1): A nova resina começa a ser fabricada com custo inferior ao do derivado de petróleo e será colocado no mercado com um valor superior, *de olho no consumidor que admite pagar mais por um produto menos nocivo ao ambiente.*

SD5 (T1): O plástico verde é feito a partir da cana, *material renovável* e que pode ser replantado. O plástico comum é feito de derivados do petróleo, *recurso que tende a se esgotar.*

As marcas discursivas da SD1 evidenciam uma visão de natureza como um recurso a serviço de interesses comerciais, uma vez que a *falta de plantação* de uma planta que não é nativa do Estado é vista sob um aspecto negativo por seu potencial de prejudicar a disputa pela implantação de uma fábrica que geraria altos retornos econômicos. Tal lógica é reforçada na SD2, quando se considera otimista o aumento de produção, independente dos possíveis danos que tal prática possa causar. Tais marcas - o que fica evidenciado na SD3, que caracteriza o projeto da Braskem como uma *inovação* - remetem à FD ecotecnocrática, que entende os avanços tecnológicos como uma solução, e não um problema para a crise ambiental. Esta corrente de pensamento opõe-se à visão de ecologia profunda que está associada à FD Ecosocial, e que entende o mundo “não como uma coleção de objetos isolados, mas como uma rede de fenômenos que estão fundamentalmente interconectados (...) e que reconhece o valor intrínseco de todos os seres vivos (...)” (CAPRA, 2006, p. 25-26). As marcas da SD4 remetem a uma estratégia perversa (mesmo que essa não seja a intenção do jornalista), uma vez que admite sem contestação que este produto é efetivamente menos danoso ao ambiente (apesar de não explicar os porquês), e coloca no leitor – o futuro consumidor do produto – a condição de pactuar ou não com tal lógica. O sujeito sensível e preocupado com as questões ambientais seria aquele que estaria disposto a pagar mais pelo produto. Tais marcas apresentam uma problemática ainda maior quando entendemos que o enquadramento dado pelo jornal ao assunto “constitui o centro do processo de produção de sentido do seu discurso” (SCHWAAB, 2010, p. 205). Uma breve explicação do motivo pelo qual este plástico é chamado de verde, ou seja, da diferença no impacto ambiental dele em relação ao plástico normal, é apresentada somente no último item do infográfico, que mostra, em números, o potencial produtivo de tal matéria prima. A visão simplista da cana-de-açúcar como um “material renovável” é explicitada na SD5, que considera a planta somente pelo seu potencial produtivo. Tal visão antropocêntrica, de natureza a serviço do homem, também é reforçada na visão do petróleo como um *recurso que tende a se esgotar*, ou seja, um bem a serviço do homem.

TEXTO 2

Data: 05/06/2008

Chamada de Capa: Plástico Verde: Braskem anuncia hoje nova fábrica

No dia em que a empresa Braskem anuncia o Rio Grande do Sul como futura sede da fábrica de plástico verde, o jornal Zero Hora destaca em sua capa o acontecimento com um pequeno título informativo. Entende-se que tal chamada não possui elementos que justifiquem uma análise discursiva.

TEXTO 3

Data: 05/06/2008

Título: Pólo gaúcho receberá fábrica da Braskem

Editoria: Economia

MATÉRIA: A matéria publicada no dia 05 de junho de 2008 destaca a cerimônia que ocorreu na mesma data para selar o Estado do Rio Grande do Sul como sede da primeira unidade de produção de plástico verde no país. Em tom otimista, são ressaltados os benefícios econômicos de tal acontecimento. Dos oito parágrafos de texto, quatro são dedicados ao relato de uma parceria da Braskem com a empresa Brinquedos Estrela, que lançará uma versão sustentável do seu famoso jogo Banco Imobiliário através da utilização do plástico verde em suas peças. Finalizando a matéria, o jornal destaca que tal acontecimento é uma “conquista tecnológica” para o Estado. As fontes utilizadas na matéria foram o presidente da Braskem e o secretário da fazenda Aod Cunha – principal interlocutor da Braskem no governo. Ambos demonstraram otimismo quanto à implantação do projeto.

BOX: Em um box intitulado “Como é o Projeto”, o jornal proporciona ao leitor uma breve explicação do que será feito na futura fábrica, explicando que a resina polietileno será produzida a partir da cana-de-açúcar e não mais do petróleo. Para justificar a diferença deste plástico para o “normal”, expõe que tal prática reduz significativamente a emissão de gases poluentes à atmosfera. Explica que a resina final necessita passar por diversos processos, e que estes serão realizados nas fábricas da Braskem existentes no Estado, além de destacar os valores de investimentos que serão necessários para tal.

SD6 (T3) – A unidade básica exige investimentos de US\$ 150 milhões, mas *o resultado* das tratativas pode ser *ainda mais vantajoso* para o Estado.

SD7 (T3) – A escolha pelo Rio Grande do Sul e pelo pólo gaúcho *representa uma conquista tecnológica.*

As marcas das SDs 6 e 7, ao adjetivarem a implantação da fábrica de plástico verde como algo benéfico ao Estado – principalmente pelo seu potencial lucrativo- remetem-nos diretamente à FD ecotecnocrática que, distante dos princípios da ecologia tradicional, inserem-se em uma racionalidade capitalista, não opondo-se aos avanços tecnológicos e à sociedade de consumo. Tal visão fica evidente na SD7, quando o jornal considera tal acontecimento como uma conquista, sem dar espaço a outras questões igualmente importantes à econômica, como os possíveis impactos ambientais de tal prática no Rio Grande do Sul. Identifica-se aqui uma falta de contextualização, na qual, apesar de uma breve explicação sobre o projeto fornecida no Box, diversas outras questões fundamentais para o entendimento de tal acontecimento como um todo (e sua influência nas distintas áreas – social, econômica, ambiental) não são fornecidas ao leitor. Ao remetermo-nos ao segundo tipo de esquecimento sistematizado por Orlandi (*vide p.49*) entendemos que o sujeito leitor – uma vez que a construção de sentidos se dá entre os sujeitos discursivos – “não poderia lidar conscientemente, todo o tempo, com todas as possibilidades de discursividade que se lhe apresentam” (BENETTI, 2008 p. 18). Sendo assim, as escolhas do jornal, expostas no texto através da exposição de determinados fatores e silenciamento de outros, podem ser entendidas como uma estratégia de afirmação de um determinado discurso em detrimento de outro possível.

TEXTO 4

Data: 06/06/2008

Chamada de Capa: Fábrica de plástico verde abre investimento de R\$ 1 bi até 2011

Um dia após a escolha do estado do Rio Grande do Sul como futura sede da fábrica da Braskem de plástico verde, o jornal Zero Hora divulgou uma chamada em sua capa para tal acontecimento destacando o potencial lucrativo do mesmo.

SD8 (T4) - Fábrica de plástico *verde abre investimento* de R\$ 1 bi até 2011

A relação direta do termo verde com o viés econômico é evidenciada nas marcas da chamada de capa do jornal, que destaca o potencial lucrativo da fábrica para o Rio Grande do Sul. O fato de tal elemento ser destacado de forma entusiasta – quando a questão em pauta envolve

diversas outras conseqüências também ou mais importantes – indica uma tendência forte à FD ecotecnocrática, e um silenciamento significativo para questões outras que possuem relação direta com a implantação de tal fábrica, como as conseqüências ambientais deste evento para o Estado. O enquadramento de tal título determina um discurso que, para se legitimar, precisa ocultar determinadas questões, recriando (ou reforçando) uma visão particular sobre determinados fatos (BENETTI, 2007). Ao colocar-se o acontecimento sobre este viés – e somente sobre ele – tira-se a possibilidade de uma análise mais abrangente da problemática, limitando o leitor a uma visão fundamentalmente econômica, sem uma preocupação com os elementos ambientais envolvidos.

TEXTO 5

Data: 06/06/2008

Título: Pólo gaúcho vai ter mais R\$ 1 bi

Editoria: Economia

MATÉRIA: A matéria aborda o novo ciclo de investimentos que a fábrica da Braskem trará ao Estado, destacando que tal acontecimento colocará o Rio Grande do Sul na mira de investimentos exteriores. Ao destacar que a data escolhida para o anúncio foi o Dia Mundial do Meio Ambiente, o texto remete a idéia do plástico verde como um produto ecologicamente correto, porém sem nenhuma explicação adicional sobre tal adjetivação. Os possíveis retornos econômicos, assim como os futuros projetos de expansão da empresa são explicitados através da voz do presidente da Braskem, José Carlos Grubisich, que destaca em tom positivo uma possível ampliação de tais indústrias no futuro. O texto também dá voz a então governadora do Estado, Yeda Crusius, que celebra tal acontecimento como uma conquista. A entrega da licença prévia da Fundação Estadual de Proteção Ambiental (Fepam) é destacada no texto, assim como o interesse em pesquisas futuras para outros possíveis usos da resina derivada da cana-de-açúcar em novos produtos. O subtítulo – Soluções de créditos foi decisiva – direciona o texto aos últimos parágrafos, que tratam exclusivamente de questões financeiras relacionadas à implantação da fábrica, como a negociação sobre a alíquota de ICMS, que foram decisivas para a escolha do RS como sede do projeto.

BOX 1: O primeiro Box do texto, intitulado “Saiba mais sobre a planta verde”, destaca apenas questões econômicas sobre o assunto, explicitando ao leitor em números o investimento, capacidade de produção, período de construção, número de empregos gerados antes e depois, receita potencial, e o produto final.

BOX 2: “A expansão” é o título do segundo Box do texto, que traz em cinco itens os investimentos já previstos pela empresa, como a produção de 200 mil toneladas de polietileno, geração de 50 megawatts de energia a partir do carvão gaúcho, aumento da produção de resinas, entre outros.

SD9 (T5) – Pólo gaúcho vai ter *mais de R\$ 1 bilhão*.

SD10 (T5) – *Não por acaso*, a *data escolhida* para o anúncio, no Palácio Piratini, foi o *Dia Mundial do Meio Ambiente*.

SD11 (T5) – *Além da importância econômica*, enfatizou Grubisich, o investimento tem *papel estratégico*, porque vai transformar o Estado *em referencia mundial* por ser origem do primeiro *plástico 100% renovável* certificado com produção em escala industrial.

SD12 (T5) - - A Braskem escolhe o que é melhor a cada momento, *mas para nós tem um saborzinho especial* – disse a *governadora* Yeda Crusius, que só se manifestou durante a solenidade, num dia de crise política.

SD13 (T5) – No Palácio Piratini, Grubisich recebeu de Yeda a licença prévia da FEPAM que autoriza a produção de *plástico ecológico*.

SD14 (T5) – A solução para o *principal problema – créditos acumulados de ICMS* no valor de R\$ 340 milhões – foi dividir o aproveitamento desse valor em 42 prestações.

O título da matéria (SD9) é entendido como o primeiro elemento importante para a análise, uma vez que destaca o acontecimento somente sob o aspecto econômico, indicando a escolha do Estado como uma conquista, que trará um alto retorno financeiro. A concordância do jornal com o discurso produzido pela Braskem – de que seu produto é benéfico ao meio ambiente – fica evidenciado na SD10, quando destaca que *não por acaso* a data escolhida para o anúncio foi o dia Mundial do Meio Ambiente. Tal seqüência induz o leitor ao entendimento de que o produto é ecologicamente correto, não dando espaço para uma possível contestação. O benefício econômico como sendo o principal elemento de tal acontecimento pode ser observado na SD11, quando é colocado que *além da importância econômica*, outras questões serão também benéficas para o Rio Grande do Sul. Nesta mesma seqüência, uma informação de cunho ambiental sobre este plástico é finalmente mencionada, quando é afirmado que o mesmo é *100% renovável*. Tal informação é colocada no texto sem uma contextualização, sem uma explicação dos porquês este plástico é 100% renovável. Nestas marcas, que reforçam uma visão ligada à FR ecotecnocrática, pode-se identificar uma série de não-ditos – ou silenciamentos – que são assim estabelecidos como um “lugar de recuo

necessário para que se possa significar, para que o sentido faça sentido” (ORLANDI, 2005, p. 83), sendo neste caso um sentido filiado a uma linha de pensamento específica. Esta visão do produto é reforçada mais uma vez na SD13, quando o mesmo é chamado de *plástico ecológico*, sem uma explicação dos motivos pelos quais é assim classificado. A SD14 reforça a tendência do texto a um discurso meramente ligado a interesses econômicos quando coloca que o *principal problema* para a escolha do Estado como sede de tal projeto foram os *créditos acumulados de ICMS*, sem levar em conta os possíveis danos ambientais como uma problemática igualmente importante ao se analisar tal assunto. Identifica-se, aqui, uma questão já proposta por Benetti (2007), quando a mesma afirma que o discurso jornalístico é dirigido por vontades outras, anteriores ao dizer. No interdiscurso do verde encontram-se ideologias opostas, no estudo do plástico verde encontram-se questões favoráveis e outras maléficas ao meio ambiente. O enquadramento dado pelo texto apresenta uma forte filiação à determinada ideologia (FD ecotecnocrática) – o que foi identificado pelas marcas do texto – e as outras questões (relacionadas a outras formações discursivas) ficam silenciadas na estratégia discursiva do mesmo. Sendo assim, entende-se que sempre o que é mostrado é apenas um enquadramento possível do acontecimento, e o mesmo é assim estabelecido por interesses diversos.

TEXTO 6

Data: 06/06/2008

Título: De Triunfo para Roma

Editoria: Economia

MATÉRIA: A figura do então presidente da república, Luis Inácio Lula da Silva, é o centro da matéria, que destaca seu entusiasmo com o novo projeto da Braskem para a produção de plástico verde. O fato de Lula ter virado “fã” da idéia é ressaltado durante todo o texto, que mostra a disposição do presidente em divulgar com entusiasmo a produção de etanol brasileiro ao redor do mundo. A matéria ainda comenta a produção de pequenos carros feitos a partir de etanol da cana-de-açúcar, que foram criados como um protótipo de um futuro “carro ecológico”. Lula, que recebeu uma das peças, levou-a até Roma para exibí-la na Conferência da FAO (Organização das Nações Unidas para Agricultura e Alimentação), explicando que, diferente do projeto americano – que buscava retirar matéria-prima do milho – este projeto não concorrerá com a produção de alimentos. Com o subtítulo “100% renovável”, o final da matéria fornece uma breve explicação do porquê o plástico é chamado “verde”, trazendo o argumento de que a cana-de-açúcar, diferente do petróleo, é uma fonte

renovável, e que a planta compensa a emissão de gases de efeito estufa que são liberados durante os processos de fabricação.

BOX 1: Como se Faz – em pequenos cinco itens, o jornal proporciona ao leitor uma breve e superficial explicação de como se dá o processo de transformação da cana-de-açúcar em resina para a produção de plástico.

BOX 2: Para Seu Filho Ler – buscando proporcionar uma explicação didática sobre o projeto da Braskem, o jornal oferece um texto voltado ao público infantil. Nele, afirma que a maioria dos (seus) brinquedos é feito de plástico, que este material é produzido a partir do petróleo e que o mesmo irá eventualmente acabar. A nova invenção da Braskem é, então, produzir o mesmo plástico a partir da cana-de-açúcar, “que pode ser plantada várias vezes e, por isso, nunca vai acabar”. Tal característica, como afirma o jornal, justifica o nome do produto: plástico verde. Para finalizar, é destacada “outra vantagem” deste plástico: o fato de que “as folhas verdes fazem o papel de mocinho”, ou seja, capturam o gás carbônico da atmosfera, que é o maior inimigo do efeito estufa.

SD15 (T6) – Desde que foi comunicado o projeto da Braskem de fazer plástico a partir do álcool, *o presidente* Luiz Inácio Lula da Silva *virou fã da idéia*.

SD16 (T6) – Era uma forma de mostrar que, no futuro, *automóveis ecológicos* seriam *equipados com peças feitas com plástico* fabricado a partir de etanol de cana-de-açúcar.

SD17 (T6) – (Lula) Defendeu que o *etanol brasileiro não concorre com a produção de alimentos*, ao contrário do americano, feito de milho. *Era o que faltava para a consagração do produto* que, agora, será fabricado em grande escala no Rio Grande do Sul pela primeira vez no mundo.

SD18 (T6) – Embora já existam plásticos feitos com produtos orgânicos, a diferença do projeto que a Braskem anunciou ontem para o Rio Grande do Sul é ter *100% de matéria-prima renovável* e grande capacidade de produção.

SD19 (T6) – É com o desejo de um grupo de empresas *de associar sua imagem a um produto ambientalmente correto* que a Braskem conta para formar o *mercado consumidor*.

SD20 (T6) – O álcool é feito a partir da *cana-de-açúcar*, que *pode ser plantada várias vezes* e, por isso, *nunca vai acabar*. *Por isso*, esse material *é chamado de plástico verde*.

Uma matéria toda voltada para a figura do então presidente da República como incentivador do projeto da Braskem pode ser entendido como uma estratégia de firmar o discurso construído pela própria empresa – que considera o projeto como algo benéfico ao meio ambiente -, uma vez que são expostos somente os aspectos positivos do acontecimento, sempre com o respaldo desta figura pública, que então contava com grande porcentagem de aprovação da população. A SD15, retirada do primeiro parágrafo da matéria, coloca o presidente como *fã* de tal idéia, o que dá o tom positivo de todo o desenvolvimento da mesma. Seguindo a lógica de um discurso voltado ao produto como ambientalmente correto, o jornal propõe a idéia de que carros feitos com este plástico seriam *automóveis ecológicos*, como explicitado na SD16. Remeter a idéia de um automóvel – produto altamente poluente desde seu processo de produção até o seu consumo – como algo ecológico por contar com alguns elementos menos danosos ao meio ambiente mostra uma forte filiação à FD ecotecnocrática. É possível observar, também, o predomínio de uma visão antropocêntrica, que valora a natureza a partir de sua utilidade para o homem. O fato de a *consagração do produto* se dar por não *concorrer com a produção de alimentos* (SD17) é um exemplo desta tendência, que não considera questões outras que não aquelas do interesse humano para a valoração do produto. Tal visão é reforçada no box “Para Seu Filho Ler” através das marcas identificadas na SD20, que justifica o nome do plástico “verde” pelo fato de a cana-de-açúcar poder ser replantada várias vezes. Tal afirmação remete o leitor a uma visão deturpada, na qual o ecologicamente correto seria saber usar a natureza a favor do homem. A construção deste discurso se agrava quando consideramos que tal texto é voltado ao público infantil, que está em processo de formação de valores. Outros aspectos que estão diretamente relacionados a esta questão, como os possíveis desequilíbrios ecológicos que uma monocultura de cana-de-açúcar pode provocar, os potenciais poluentes do plástico (que não são diferentes entre o plástico normal e o verde), entre outros, são aqui silenciados como uma estratégia (mesmo que inconsciente) de firmar um discurso fortemente ligado à FD ecotecnocrática, e com um viés antropocêntrico. Outro aspecto igualmente problemático identificado nesta matéria é o fato de o jornal considerar este plástico 100% renovável, e destacar tal posição em diversos momentos ao longo do texto, o que mostra um equívoco (provocado ou pela falta de conhecimento do jornalista, ou como estratégia de firmar uma posição), uma vez que, como o próprio jornal afirma em outros momentos, a única diferença do plástico verde para o normal é o fato de um de seus componentes ser derivado da cana-de-açúcar. Tal constatação é um argumento de evidente contestação para a idéia de 100% renovável, já que os potenciais

poluentes do plástico seguem os mesmos, e todos os outros processos de produção dos outros componentes seguem uma lógica antiga.

TEXTO 7

Data: 18/04/2009

Título: o Estado no mapa da cana atrai investimentos

Editoria: Economia

MATÉRIA: A aprovação do zoneamento agrícola de cana-de-açúcar para o Estado do Rio Grande do Sul é o tema da primeira matéria publicada sobre o assunto no ano de 2009. Tal decisão, como afirma o jornal, autoriza o cultivo de cana-de-açúcar em grande escala para a produção de etanol – produto demandado para a produção de plástico verde pela Braskem – estabelecendo quais são os municípios que podem plantar cana, os tipos de solo aptos para cultivo e períodos indicados para o plantio. Embasando-se em valores de investimentos e retornos, o jornal apresenta tal questão como positiva tanto para o Estado como para os agricultores, que contarão com investimentos milionários, e com um possível retorno financeiro igualmente elevado.

INFOGRÁFICO: Um mapa do Rio Grande do Sul é apresentado destacando as regiões que foram liberadas para a produção de cana-de-açúcar em grande escala, ressaltando os valores de investimentos e capacidade de produção de cada zona.

BOX: “Por que é importante” – Em um pequeno Box, o jornal oferece ao leitor informações de cunho econômico sobre os motivos pelos quais tal zoneamento e futura produção desta planta em grande escala é benéfica para o Estado como, por exemplo, o fato de que o Rio Grande do Sul consome 800 milhões de litros de etanol por ano, e menos de 2% são produzidos no Estado, assim como o fato de que são enviado para outros Estados cerca de R\$1,3 bilhão para a compra desta matéria prima.

SD21 (T7) – Depois de meses de espera, produtores e indústrias gaúchas finalmente puderam **comemorar a aprovação do zoneamento agrícola da cana-de-açúcar** para o Estado.

SD22 (T7) – **A falta de zoneamento** era um **limitador** para **os novos empreendimentos**, que tinham maior dificuldade em obter financiamentos bancários.

SD23 (T7) – Considerada uma cultura perene, a *cana é mais resistente* à seca e oferece uma *maior segurança aos produtores*, avaliam representantes do setor e pesquisadores.

SD24 (T7) – Com a fábrica de resina verde da Braskem e a renovação da frota de automóveis flex, esse déficit tende a crescer. Por isso, *é fundamental* que o Estado desenvolva uma *forte cadeia de produção de cana*.

A liberação de diversas zonas no Estado para a produção de cana-de-açúcar em grande escala implica em diversas questões de grande relevância para o interesse público, uma vez que afeta o Rio Grande do Sul não somente pela questão econômica, mas também ambiental e social. Identifica-se nesta matéria (inclusive pelo fato de ser publicada na editoria Economia), uma relação quase exclusiva deste acontecimento com o potencial lucrativo, entendendo-o somente como algo positivo. Tal constatação é evidenciada na SD21, na qual agricultores e indústrias *comemoram* a aprovação de grandes áreas para esta monocultura, por seu futuro retorno econômico, sem mencionar as implicações ambientais de tal prática. Destacar a *falta de zoneamento* como uma questão *limitadora*, como destacado nas marcas da SD22, reafirma esta posição adotada pelo jornal que, mais uma vez, silencia conseqüências outras que não as econômicas de tal prática. O tema em questão – inserção de uma nova monocultura no Estado – possui uma rede interdiscursiva diversa, na qual concorrem diversos e contraditórios discursos. O enquadramento dado pelo jornal, ao destacar o acontecimento sob um viés econômico, serve para firmar uma dentre as diversas ideologias, aqui entendida como a FD ecotecnocrática. A natureza é abordada aqui, mais uma vez, sob um forte viés antropocêntrico, uma vez que é valorada somente pelos retornos que pode proporcionar ao homem. Tal questão é identificada nas marcas da SD23, que destaca uma das qualidades da cana – sua resistência - por proporcionar *mais segurança ao produtor*, sem levar em conta que tal questão pode implicar também em futuros danos ambientais, como a redução da biodiversidade de determinadas regiões do Estado (o que já ocorreu com a implantação de outras monoculturas). Seguindo a lógica econômica, o jornal menciona como sendo *fundamental* implantar uma forte cadeia de produção de cana (SD24). Tal constatação induz o leitor a restringir sua reflexão sobre tal acontecimento, pois, ao excluir do texto outras implicações de tal prática, leva-o a pensá-lo somente pelo enquadramento proposto pela matéria.

TEXTO 8

Data: 18/04/2009

Título: Entrevista: “O pior já passou”

Editoria: Caderno Dinheiro

MATÉRIA: Alguns dias antes do lançamento da pedra fundamental que deu a largada para o início das obras da fábrica da Braskem de plástico verde, o jornal Zero Hora publicou uma entrevista com o presidente da empresa, Bernardo Gradin²¹. A introdução apresentou as qualificações do empresário, sua (disciplinada) rotina diária, e suas otimistas perspectivas para o futuro do Rio Grande do Sul. As perguntas elaboradas pelo jornal foram todas de cunho técnico e econômico, buscando entender os potenciais lucrativos da implantação de tal indústria para o crescimento do Estado, os valores de investimentos que serão aplicados, o comportamento do mercado frente a tal acontecimento, e as futuras expectativas.

Apesar de não terem sido identificadas marcas discursivas no texto que justificassem a seleção de determinadas sequências, algumas questões relevantes da entrevista podem ser destacadas por entender-se que ajudam a construir o discurso produzido pelo jornal sobre o assunto. Inicialmente, o fato de o jornal ter dedicado uma página para dar voz somente ao presidente da empresa, construindo sua imagem somente sob aspectos positivos (o que fica evidenciado na introdução da entrevista, onde ele é apresentado através de sua qualificação profissional, sua disciplinada rotina e o fato de ser um homem de família – casado e pai de dois filhos), configura uma tendência à selar uma imagem positiva sobre a implantação da fábrica da Braskem de plástico verde. O jornal Zero Hora, ao construir a figura da empresa e de seus produtos sob este viés positivo, lança mão de explorar outros “significados que existem na sociedade, ajudando a reforçá-los ou apagá-los, contribuindo para o estabelecimento de consensos, a respeito de valores ou atitudes” (BENETTI, 2007, p. 110) As perguntas elaboradas pelo jornal, voltadas a questões de cunho econômico (como os ganhos do Estado com a sua escolha para sede da fábrica, os investimentos que serão realizados, o comportamento do mercado, entre outros), também são elementos que direcionam o acontecimento para uma reflexão meramente comercial, deixando de lado o aspecto ambiental que a envolve.

²¹ Uma vez que o trabalho busca analisar o discurso produzido pelo jornal, as respostas fornecidas pelo presidente da Braskem não serão consideradas como material passível de análise discursiva, somente os elementos que o jornal Zero Hora publica como voz da empresa.

TEXTO 9

Data: 22/04/2009

Título: Da cana ao plástico: Uma Revolução verde na indústria gaúcha

Editoria: Reportagem Especial

MATÉRIA: Em tom celebrativo, o jornal Zero Hora publicou uma reportagem especial sobre o que considerou “um novo capítulo” na história industrial do Rio Grande do Sul: o lançamento da pedra fundamental que consolidou o início das obras para a implantação da fábrica de plástico verde da Braskem. O evento, como divulga o jornal, contou com a presença da então ministra-chefe da casa civil Dilma Rousseff, e esteve ancorado na esperança da implantação futura de zonas de monocultura de cana-de-açúcar no Estado, com a chancela oficial para o plantio da mesma, o que havia sido firmado alguns dias antes. Utilizando como fonte o responsável pela tecnologia de polímeros verdes da Braskem, é ressaltado o potencial desta planta – a cana-de-açúcar - de realizar fotossíntese, em uma argumentação de que tal prática reduziria as emissões de gases poluentes à atmosfera. Ilustrando a aplicação das futuras resinas na vida cotidiana, o jornal traz o exemplo de tanques de combustíveis que poderiam, futuramente, ser construídos a partir do plástico verde. Como respaldo a tal idéia, o então Presidente da República Luiz Inácio Lula da Silva é mencionado como um dos grandes incentivadores do projeto.

BOX 1: Ao lado da matéria, o jornal fornece ao leitor uma série de perguntas e respostas sobre os porquês o plástico é chamado de “verde”. Inicialmente aborda a questão de que o mesmo é derivado da cana-de-açúcar, e que esta, ao retirar gás carbônico da atmosfera para se desenvolver, ajudaria a diminuir o efeito estufa. Já o plástico normal, como afirma o jornal, por ser feito a partir do petróleo, não proporcionaria benefícios ao meio ambiente. A questão de que ambos produtos não são biodegradáveis é trazida, com o respaldo de que a vantagem ecológica do plástico verde está na sua matéria-prima. Os tipos de aplicações deste plástico são exemplificados – como o seu uso em brinquedos, frascos, entre outros- e a idéia de que o produto final é exatamente igual ao antigo também é destacada. Quando levantada a questão sobre a origem da matéria-prima, o jornal afirma que inicialmente a cana-de-açúcar será trazida desde São Paulo, mas que no futuro a empresa Braskem pretende retirá-lo das monoculturas que serão implantadas no Estado. Finalizando a sessão de perguntas e respostas, é explicitado ao leitor o quanto está sendo investido no projeto, quantos empregos serão gerados e a quantidade de eteno que pretende produzir.

INFOGRÁFICO 1: O processo de fotossíntese (argumento utilizado pelo jornal para justificar o porquê tal produto é considerado ecologicamente correto) é exemplificado através de uma

ilustração, que mostra os elementos envolvidos no processo (o que é consumido e o que é liberado). Além disso, é destacado que a cana-de-açúcar é um dos mais eficientes processadores de fotossíntese por área de terra.

INFOGRÁFICO 2: Através de uma grande ilustração, o jornal proporciona ao leitor um panorama das rotas de produção do plástico gerado através do petróleo (extração, processos químicos a que o mesmo é submetido para a geração das resinas, transporte e reações químicas finais até ser transformado em polietileno – matéria prima para a fabricação de inúmeros produtos de plástico); e através da cana-açúcar (lavoura para o crescimento da planta, colheita, processos químicos). As duas rotas se unem na última etapa, que é o produto final – o plástico em suas diversas formas: sacolas, frascos, brinquedos, entre outros.

BOX 2 – PARA O SEU FILHO LER: Em um Box voltado ao público infantil, o jornal oferece ao jovem uma explicação didática dos produtos que podem ser gerados através da cana-de-açúcar, relacionando a planta à produção de açúcar, e destacando a novidade de produzir plástico a partir da mesma. Além disso, a questão da emissão e consumo de gás carbônico é ressaltada para justificar o nome do plástico verde, destacando que “a cana-de-açúcar ajuda a limpar o ar que respiramos”. Para finalizar, o último parágrafo informa aos pequenos leitores que “o mais legal” é que a primeira fábrica do mundo de plástico verde será construída no Rio Grande do Sul.

INFOGRÁFICO 2: Intitulado “A solução que vem do campo”, uma pequena ilustração mostra os produtos agrícolas, além da cana, que podem servir de matéria-prima para a produção das chamadas bioresinas, que são utilizadas para a produção de plástico.

SD25 (T9) – Uma *especial combinação* de fatores permitiu driblar a *irrelevante produção gaúcha de cana*.

SD26 (T9) – *Não impressiona* um carro *movido a álcool* em um tanque *feito de álcool*?

SD27 (T9) – O plástico de etanol não tem cheiro nem sabor diferente do tradicional. Mas *o charme de ser feito de gás carbônico retirado da atmosfera* deve render preço 30% maior, conforme a Braskem. E, embora *o foco seja o planeta, no sentido geográfico e ambiental*, também cria expectativas gaúchas.

SD28 (T9) – O custo é o mesmo do plástico de petróleo? A diferença é pequena. A Braskem *espera poder cobrar* 30% a mais por oferecer *um produto correto*.

SD29 (T9) – Por que a Braskem investiu no plástico verde? Com o aumento das *preocupações climáticas* e dos investimentos em sustentabilidade, a empresa viu uma *oportunidade*.

SD30 (T9) – A resina verde será *biodegradável*? Não. Isso significa que *o tempo de decomposição do plástico verde é o mesmo do comum*, de algumas centenas de anos.

SD31 (T9) – O plástico da cana-de-açúcar é igual ao plástico que já existe, que vem do petróleo. A diferença é que a *cana* é um produto que a gente chama de *renovável: é só plantar de novo*.

SD32 (T9) – A *solução que vem do campo*: além da cana-de-açúcar, outros *produtos agrícolas podem servir de matéria prima* para a obtenção de plásticos verdes.

As reportagens em geral proporcionam um espaço de maior reflexão sobre determinado tema, com a possibilidade de destacar determinados elementos que, por questões internas de redação outrora não seriam possíveis. Isto fica evidenciado na Reportagem Especial publicada pelo jornal Zero Hora, que proporciona ao leitor uma explicação mais detalhada sobre o acontecimento, contextualizando algumas questões que antes (em outras matérias que trataram sobre o mesmo tema) não haviam sido trabalhadas. Entretanto, apesar do espaço para maior reflexão, identificou-se que a tendência à FD ecotecnocrática foi quase predominante ao longo do texto, o que fica evidenciado pelas marcas retiradas do primeiro parágrafo (SD25), que identifica como uma *especial combinação* os elementos que permitiram que a Braskem escolhesse o Estado como futura sede da fábrica. A questão colocada na SD26 segue esta lógica, entendendo como algo *impressionante* a produção e consumo de bens derivados do álcool. A extração destas marcas permite identificar uma visão positiva frente aos avanços tecnológicos, uma vez que não são apresentados argumentos (que fazem parte da realidade do acontecimento) que contraponham tal lógica. Diversos são os elementos utilizados para justificar a “preocupação ambiental” da empresa, como as marcas destacadas nas SDS 27 (*o foco seja o planeta*) e 28 (*um produto correto*). Qualificar o plástico verde somente através deste viés (o que é justificado unicamente pelo fato de a cana-de-açúcar compensar parte das emissões de gás carbônico) pode ser entendido como uma estratégia de firmar um discurso voltado a interesses outros que não envolvem uma preocupação ambiental no sentido amplo (com noções e conceitos derivados da ecologia tradicional), pois ignora outros elementos que são igualmente importantes na hora de efetuar-se um julgamento sobre o produto. Um destes elementos – que se coloca contra esta lógica do produto ambientalmente correto – é pela primeira vez apresentado pelo jornal: o fato de não

ser biodegradável, ou seja, de possuir o mesmo potencial poluidor do plástico normal (o que causa uma série de distúrbios ecológicos). A SD30 destaca esta questão ao evidenciar uma realidade negativa do produto – o fato de que *o tempo de decomposição do plástico verde é o mesmo do comum* – sendo este um primeiro momento em que a Zero Hora apresenta questões não positivas (porém realistas) sobre o produto, fornecendo ao leitor uma gama mais ampla de elementos para compreender o plástico verde em toda sua complexidade econômica e ambiental. O fato de a Braskem utilizar-se das preocupações climáticas como uma *oportunidade* empresarial, como apontado na SD29, é um elemento que merece destaque, uma vez que tal “acusação” é exposta, porém dentro de um discurso todo construído em tom positivo, o que faz com que estas marcas, apesar de importantes, tenham seu sentido desfigurado dentro do contexto. Utilizar-se de uma problemática ambiental para o crescimento empresarial é uma questão extremamente delicada e passível de uma longa discussão. O fato de o jornal ter exposto isso remete-nos inicialmente à uma ligação à FD Ecosocial, que coloca-se contra a lógica industrial poluidora e a sociedade capitalista. Entretanto, pelo fato de tal argumentação ser exposta sem uma contextualização, e dentro de um texto todo construído sob um viés ecotecnocrático, tal questão perde força dentro do contexto geral. Estes elementos podem ser considerados uma forma de manipulação do discurso ambientalista, identificada por Layrargues (1998) como uma estratégia empresarial, mas neste caso adotada pelo jornal para firmar este discurso proposto pela empresa. Segundo o autor, ocorre uma apropriação do discurso do *outro* – no caso do movimento ambientalista tradicional – porém “retirando aspectos significantes à sua essência, substituindo-os por outros sem que o interlocutor perceba qualquer modificação substancial (...)” (LAYRARGUES, 1998, p. 68)

Um último elemento importante de ser destacado nesta Reportagem Especial é a forma como a natureza é entendida: mais uma vez por uma lógica antropocêntrica, valorando a mesma pelo seu potencial lucrativo para o homem. Tal questão pode ser inicialmente identificado na SD25, que considera *irrelevante* a produção de cana-de-açúcar no Estado, entendendo, assim, que a quantidade desta planta disponível estaria diretamente ligada à sua utilidade empresarial. Tal viés é reafirmado na SD32, através das marcas que valoram as plantas somente através das matérias-primas que podem oferecer ao consumo do homem. Ao considerá-las como *soluções que vem do campo*, entendem que são soluções para a indústria, e isso é reafirmado nas marcas seguintes, que destacam os *produtos agrícolas podem servir de matéria prima*. Um último elemento a ser destacado é encontrado no Box “Para Seu Filho Ler”, nas marcas da SD31. Inicialmente o fato de o texto trazer a cana-de-açúcar como um

produto é um elemento que induz os pequenos leitores, que estão em processo de formação de conceitos sobre o mundo, a valorar a natureza por este viés antropocêntrico, a entender os elementos naturais como recursos a serviço dos interesses comerciais. Isto é reforçado com a afirmação que a cana-de-açúcar é renovável porque não se esgota, porque *é só plantar de novo*. Esta construção, além de fornecer uma informação incompleta e que tende a gerar concepções erradas sobre o plantio (pois não leva em consideração o fato de que o replantio pode causar o esgotamento do solo, que a implantação de uma área de cultivo de cana-de-açúcar pode provocar uma redução da biodiversidade local, entre outros), apresenta uma forte visão da natureza como recurso a serviço do homem, sem dar espaço para uma valoração da mesma como ser vivo, ou sem considerar outra possível visão – aquela que Capra (2006) entende como uma percepção ecológica profunda, na qual cada indivíduo possui um valor intrínseco independente do seu potencial para o ser humano.

TEXTO 10

Data: 23/04/2009

Título: Dilma apela para o uso da cana gaúcha

Editoria: Economia

MATÉRIA: Um dia após a solenidade de lançamento da pedra fundamental da planta de eteno verde, Zero Hora publicou uma matéria sobre o “apelo” que a então ministra-chefe da Casa Civil, Dilva Rousseff, fez à empresa Braskem para comprar matéria-prima que seja produzida no Rio Grande do Sul. Tal apelo foi justificado pelo fato de que a implantação de monoculturas de cana-de-açúcar geraria mais empregos e um maior crescimento econômico. Além disso, são apontadas algumas questões sobre a exploração de petróleo na camada pré-sal e, ao final da matéria, é abordado, sem contextualização, o fato de a Braskem ter confirmado a demissão de 250 empregados. Tal questão, rapidamente apresentada em dois parágrafos, mencionou que Dilma pediu maiores informações à empresa sobre os protestos do Sindicato dos Trabalhadores que estavam ocorrendo nas Indústrias Petroquímicas de Triunfo, e que a empresa reiterou a estimativa de centenas de demissões.

SD33 (T10) - Para Dilma os produtores gaúchos devem *aproveitar a oportunidade* do chamado *zoneamento* para ampliar as áreas plantadas com a cana, abrindo espaço à criação de empregos também no campo.

Ao considerar a autorização de novas e amplas zonas de cultivo de cana-de-açúcar no Rio Grande do Sul como uma *oportunidade* a ser *aproveitada*, conforme as marcas destacadas

na SD33 (sem uma contestação de tal afirmação ao longo da matéria), o jornal firma uma visão otimista frente a tal situação, o que configura um discurso voltado à FD tecnocrática, uma vez que entende a instauração de uma nova indústria de plástico (e conseqüentemente uma continuidade ao consumo deste produto) como algo benéfico ao seu leitor, cidadão do Estado que estaria recebendo tal acontecimento com otimismo. As implicações ambientais sobre a instauração destas monoculturas não são mencionadas, o que configura um silenciamento que, ao ser estabelecido, serve para firmar uma realidade outra. Fonseca (2008) defende que a matéria jornalística, ao ser entendida como um relato, interpretação e análise de um acontecimento, deveria estar guiada por um valor notícia “interesse-público”, porém as marcas destacadas no texto indicam uma prática inserida em uma outra lógica – guiada por interesses mercadológicos-, na qual interesses empresariais (no caso da empresa Braskem) sobrepõem-se aos valores notícia.

TEXTO 11

Data: 19/09/2010

Título: Milhões que trazem bilhões

Editoria: Caderno Dinheiro

MATÉRIA: No dia 19 de setembro de 2010 – três dias antes da inauguração da fábrica de plástico verde da Braskem -, Zero Hora publicou a primeira matéria do ano de 2010 sobre o assunto na capa do Caderno Dinheiro, apresentando os benefícios econômicos da implantação de tal fábrica no Estado do Rio Grande do Sul, que viria a ocorrer três dias depois. Sob o título “Milhões que trazem Bilhões”, anunciou valores de investimentos e lucros das Indústrias Petroquímicas do estado, revelou o papel de destaque a que a empresa coloca o Estado, e divulgou futuros projetos industriais que serão implantados. Além do texto, são apresentadas três imagens – correspondentes as três indústrias que são mencionadas – com os valores que já haviam sido investidos em cada uma, o retorno energético que elas teriam a capacidade de produzir, e os futuros projetos de investimentos e ampliação.

SD34 (T11) – “*O Rio Grande do Sul* passa a ser o *centro das atenções da química sustentável* [...]”, diz Carnaúba, vice-presidente de petroquímicos básicos da Braskem, *lembrando ainda o incentivo à produção de cana pelo projeto.*

SD35 (T11) – Ainda na Metade Sul, *o aproveitamento da riqueza adormecida do carvão* ganha centelha de esperança com o início da geração da usina de Candiota 3.

SD36 (T11) – *A termelétrica, um sonho de mais de duas décadas*, entra em operação comercial no final de outubro. *Com a promessa de baixo impacto ambiental*, vai gerar em Candiota energia suficiente para iluminar uma cidade de 1 milhão de habitantes.

A matéria dá voz a apenas duas fontes, sendo uma delas o vice-presidente de petroquímicos básicos da Braskem que, dados os interesses econômicos, apresenta uma visão positiva sobre o projeto. Em seu comentário, utiliza-se do termo *química sustentável*, conforme apresentado na SD34, sem que o termo “sustentável” seja justificado pelo jornal, apenas reproduzido como um aspecto positivo. Entende-se que este discurso está visivelmente ligado à FD ecotecnocrática, por seu teor positivo e incentivador aos avanços tecnológicos. Nesta mesma seqüência, é destacado o incentivo à produção de cana-de-açúcar pelo projeto, sem dar voz aos possíveis impactos ambientais negativos que o mesmo pode provocar no Estado com a implantação de uma nova monocultura – o que acarreta em uma redução da biodiversidade da mata nativa, além de uma exaustão do solo. A SD35 refere-se à implantação de uma usina termelétrica, projeto que entraria em operação ainda no ano de 2010. Identificamos na marca discursiva “*aproveitamento da riqueza adormecida do carvão*” um viés antropocêntrico muito forte, uma vez que se entende a riqueza do carvão unicamente pelo seu potencial benéfico ao ser humano, por estar “adormecido” ao não ser usado em benefício aos homens. Trabalha-se a idéia da construção destas indústrias como conquistas, ou “sonhos”, como identificado na SD36, o que reafirma o discurso ecotecnocrático. A última marca discursiva destacada na SD36, “*com a promessa de baixo impacto ambiental*”, é destacada por ser introduzida sem um complemento, ou explicação, dos possíveis impactos, no que implicariam, apenas destacando os benefícios energéticos do projeto.

TEXTO 12

Data: 20/09/2010

Título: O plástico da Cana

Editoria: Caderno Nosso Mundo Sustentável

MATÉRIA: A capa do caderno Nosso Mundo Sustentável (patrocinado pela empresa de tabaco Souza Cruz) traz algumas informações sobre a inauguração da planta de polietileno verde que viria a ocorrer alguns dias depois. São pontuados alguns aspectos da cadeia econômica e de desenvolvimento científico dos produtos. É destacado que toda esta edição do caderno foi dedicada a tal acontecimento.

SD37 (T12) – A partir desta sexta-feira, dia 24, o Rio Grande do Sul dá um *grande salto rumo à sustentabilidade*. Depois de um ano e quatro meses em obras, começa a operar, no Pólo Petroquímico de Triunfo, a cerca de cem quilômetros de Porto Alegre, a primeira fábrica do mundo capaz de produzir polietileno verde- apelidado de plástico verde – em escala mundial.

SD38 (T12) – *Como resultado*, a empresa alça o Estado à categoria de protagonista mundial na produção de polietileno com matéria-prima 100% renovável – uma tecnologia que desperta o *interesse de empresários*, gestores públicos e pesquisadores ao *redor do planeta*.

SD39 (T12) – Tudo isso para dar à novidade a *solenidade que merece*: nasce hoje, afinal, o *plástico verde gaúcho*.

A introdução ao caderno especial sobre o plástico verde do jornal Zero Hora apresenta marcas que remetem ao que Taschner (1992) entende como uma problemática na identidade do jornalismo deste início de século: uma mensagem constrangida por interesses mercadológicos sobrepondo-se aos valores-notícia consolidados historicamente pela prática jornalística. O texto configura-se como discurso voltado à FD ecotecnocrática, uma vez que destaca tal acontecimento como uma “conquista” para o Rio Grande do Sul, através de um tom celebrativo, conforme é evidenciado nas marcas da SD39. Os elementos do texto estão diretamente ligados a uma lógica capitalista, na qual os benefícios de tal evento são avaliados a partir de questões econômicas, conforme destacado na SD38, que afirma como um dos principais resultados positivos para a implantação da fábrica no estado a atração de interesses de empresários e outros setores em escala mundial. Questões de cunho ambiental não são destacadas ao longo do texto, o que configura uma estratégia de silenciamento para firmar um discurso construído na idéia de que tal acontecimento é benéfico ao meio ambiente, como fica evidenciado nas marcas da SD37, que destaca a construção da fábrica como um *grande salto rumo à sustentabilidade*, sem uma explicação mais detalhada dos porquês tal adjetivação é dada ao acontecimento. Orlandi (1995, p. 47) afirma que “o silêncio não é diretamente observável e, no entanto, ele não é vazio (...)”. Aqui, os não-ditos que configuram um discurso, - e não outro- são identificados pela ausência de elementos que estão presentes na realidade do acontecimento, mas que são ocultados para legitimar determinada visão sobre o mesmo.

TEXTO 13

Data: 20/09/2010

Título: A matéria-prima: uma segunda geração para o etanol

Editoria: Caderno Nosso Mundo Sustentável

MATÉRIA: A utilização comercial da cana-de-açúcar foi o tema central da matéria, que abordou as possíveis utilizações dos componentes desta planta para a geração de diversos produtos, como o etanol celulósico – para a produção de biocombustível. Foram destacados os projetos para a implementação de novas áreas de monocultura de cana-de-açúcar ao redor do país, indicando os possíveis retornos financeiros que o cultivo desta planta e o investimento em pesquisa sobre a mesma podem gerar para o país. A matéria destaca ainda os estudos em andamento sobre uma possível utilização do bagaço de cana-de-açúcar – componente que não é aproveitado no processo de produção do plástico verde - para a geração de energia.

As fontes utilizadas na matéria foram empresários do ramo – o chefe de Comunicação e Negócios da Embrapa Agroenergia, e o gerente de Gestão Tecnológica da Petrobras Biocombustível, que destacaram em tom otimista os estudos que vem sendo realizados com a cana, e as expectativas econômicas que tais novidades podem gerar.

INFOGRÁFICO 1: Intitulado “Os Ganhos”, um infográfico do jornal mostra através de pequenos textos e imagens os produtos de utilidade humana que são possíveis de obter através da cana-de-açúcar. Além disso, destaca em números a vantagem da utilização dos elementos que sobram no processo de produção do etanol a partir da cana-de-açúcar para a criação de outros produtos igualmente de utilidade humana.

INFOGRÁFICO 2: A produção de cana-de-açúcar no Brasil é exposta ao leitor através de um segundo infográfico que conta com textos e um mapa do país, com informações sobre as áreas de plantio, capacidade de produção, número de empregos que a cadeia produtiva gera, assim como os planos de ampliação futuros.

SD40 (T13) – Com cerca de 1% do território ocupado por lavouras de cana-de-açúcar, *o Brasil ostenta* o segundo lugar no ranking dos maiores *produtores mundiais de etanol*, que este ano deve somar aproximadamente 30 bilhões de litros no país.

SD41 (T13) – A idéia é produzir o cobiçado biocombustível, cuja demanda cresce a cada dia no mercado global, a partir de *restos da indústria madeireira*, como *galhos finos* de eucalipto, de bagaço de cana e de outros resíduos agrícolas. *Materiais* que muitas vezes não são aproveitados e acabam no lixo ou simplesmente são queimados.

SD42 (T13) – Isso significa que, ao utilizar o bagaço da cana, obtém-se uma média de 41,8% a mais do produto *sem ter de ampliar as plantações já existentes*.

A cana-de-açúcar aqui entendida como um mero produto a serviço do homem, valorado somente pelo seu potencial de gerar materiais que alimentam e estimulam a indústria, indica um discurso caracterizado por um viés fortemente antropocêntrico e voltado a uma lógica capitalista, que busca na natureza maneiras de reforçar o ciclo industrial e econômico. Entendendo-se que “o jornalismo, ao descrever um acontecimento, compreende movimentos de resgate de memória, fazendo circular narrativas sobre o presente permeadas por signos historicamente construídos” (SCHWAAB, 2010, p. 204), é possível identificar que o enquadramento aqui dado resgata e reforça uma ideologia mercantil, na qual a natureza é valorada somente pelo seu potencial benéfico ao homem. Tais questões, que podem ser remetidas à FD ecotecnocrática, são observadas nas marcas da SD40 – que coloca o Brasil como um país capaz de *ostentar* seu elevado potencial de produzir elementos para a indústria plástica e energética -, assim como a adjetivação de componentes da planta – aqui destacados como *restos* e *materiais* -, valorizando-os apenas através de seu uso mercadológico. Um contraponto às idéias destacadas em seqüências discursivas de outros textos [SD1 (T1); SD21(T7); SD24(T7); SD25 (T9); SD34 (T11)] que, através de um discurso otimista, destacavam os benefícios da implantação de novas monoculturas de cana-de-açúcar no Estado, é evidenciado nas marcas da SD42. Aqui, a construção da frase remete a uma idéia de que a utilização de todos os recursos, o que gera um potencial energético maior, *sem ter que ampliar as plantações*, é algo positivo – colocando, mesmo que de forma sutil, um indício de que a ampliação das monoculturas pode ter também aspectos negativos. Tal questão, entretanto, não é desenvolvida, o que deixa o leitor sem elementos para uma reflexão mais profunda sobre o tema.

TEXTO 14

Data: 20/09/2010

Título: O vigor de uma gigante verde

Editoria: Caderno Nosso Mundo Sustentável

MATERIA: A fábrica de plástico verde da Braskem é destacada nesta matéria pelo seu potencial produtivo e suas características ecológicas, fatores que atraíram o interesse de países europeus, conforme exposto no texto. Uma breve explicação dos porquês o etanol derivado da cana-de-açúcar é menos danoso ao meio ambiente – destacando somente a questão de que a planta, ao realizar fotossíntese, capta parte do CO₂ excedente da atmosfera – é fornecida ao leitor. Entretanto, o foco está no potencial lucrativo da empresa, que, segundo a única fonte

utilizada (diretor de empreendimentos da empresa) tem chamado a atenção de investidores de diversos países.

INFOGRÁFICO: Em um grande infográfico dividido por temas, o jornal oferece ao leitor dados referentes à implantação e funcionamento da fábrica no Estado. O primeiro item, “A cana-de-açúcar”, apresenta informações sobre a plantação de cana no Brasil, capacidade de produção, número de pessoas que são empregadas no setor; o item “A logística do transporte” elucida ao leitor como será transportada a matéria-prima derivada de outros Estados para chegar à fábrica de plástico verde no Rio Grande do Sul; sob o título de “A fábrica”, este item apresenta em números os investimentos da fábrica, capacidade de produção, empregos gerados, entre outros. Um último item apresenta como se dará, em porcentagem, a distribuição por Estados do etanol derivado da cana-de-açúcar.

SD43 (T14) – O *vigor* de uma *gigante verde*

SD44 (T14) – A tendência, segundo o diretor de Empreendimentos da empresa, Guilherme Guaragna, é que a *procura pela resina* aumente ainda mais daqui para frente. E a principal explicação é de *ordem ambiental*.

As marcas destacadas no título da matéria (SD43) referem-se a elementos que mostram um tom comemorativo à inauguração da fábrica da Braskem, destacando o seu potencial “ecológico” ao caracterizá-la como uma *gigante verde*, o que reforça um discurso construído pela própria Braskem - de uma empresa diferenciada pelo seu exercício a favor meio ambiente. Tal marca discursiva remete-nos a um interdiscurso sobre o verde muito presente na sociedade contemporânea, designado por Bueno (2009) como “maquiagem ecológica” – apropriação de conceitos provindos da ecologia tradicional, adaptando-os e manipulando-os para firmar um discurso mercadológico pró meio ambiente. Neste caso, o jornal apropria-se do discurso da empresa e o transmite ao público leitor, legitimando-o pelo caráter histórico desta prática – o de relator e analista dos acontecimentos cotidianos. Este enquadramento pode ser observado ainda nas marcas da SD44, quando o texto afirma que a grande *procura pela resina* se dá principalmente pela questão de *ordem ambiental*, reforçando este discurso já estabelecido desde o título da matéria. Tais elementos, uma vez que são colocados sem uma exposição nem contextualização ampla das questões ambientais que envolvem a implantação da fábrica – ou seja, são destacadas através das palavras escritas e daquelas não-ditas -, reforçam um discurso que entende como positivo para o Estado e para a população em geral a implantação da fábrica.

TEXTO 15

Data: 20/09/2010

Título: (Para seu filho ler) De onde vem e para onde vai o plástico verde

Editoria: Caderno Nosso Mundo Sustentável

BOX: Em pequenos itens, o jornal oferece um box que esclarece de forma simples algumas questões relacionadas à produção de plástico normal e de plástico verde, utilizando tais conceitos para justificar o nome dado à Braskem para o seu novo produto. Dentre as diversas questões ambientais que envolvem o tema, somente a problemática do efeito estufa - que poderia ser amenizado com a captação de CO₂ pela cana- é destacado.

INFOGRÁFICO: Através de imagens e pequenos textos, o jornal expõe aos pequenos leitores as etapas do processo de produção do plástico verde, desde a plantação da cana, colheita, reações químicas, venda do produto e transformação nos produtos finais: objetos de plástico como garrafas, brinquedos, entre outros.

SD45 (T15) – Pois os cientistas tiveram a idéia de usar essa substância para inventar um jeito novo de fazer plástico, *menos agressivo ao ambiente*.

SD46 (T15) – Foi assim que surgiu o *plástico verde*. Na verdade, ele não ganhou esse nome por ser verde, mas por ser *mais ecológico*.

SD47 (T15) – Os cientistas dizem que o *plástico verde é 100% renovável*, já que é feito de uma planta que continua nascendo, e não de petróleo.

As marcas da SD45 indicam uma informação equivocada, já que o que é considerado 100% renovável e *menos agressivo ao meio ambiente* é apenas um dos elementos que compõe o plástico verde – o etanol – sendo que os demais, como já foi afirmado em outros textos fornecidos pelo próprio jornal (vide SD31 (T9) são exatamente iguais ao plástico hoje conhecido – composto por elementos danosos ao meio ambiente. Divulgar o plástico verde como um todo sob esta ótica pode ser entendido como uma forma de reforçar o discurso ecológico que foi construído em cima dele – tanto pela empresa Braskem como pelo próprio jornal -, através de um interdiscurso sobre o *verde* que se deu pela inserção do setor industrial no ambientalismo “assumindo critérios de sustentabilidade ambiental, mas cuja atitude operacional ocorreria através da ecologia superficial” (LAYRARGUES, 1998, p. 64). Isto é reforçado nas SDs 46 e 47, quando o mesmo é adjetivado como *menos agressivo ao ambiente* e *mais ecológico*. Tais constatações mais uma vez são embasadas somente no potencial de realização de fotossíntese da cana-de-açúcar, e todas outras questões que fazem parte da

problemática ficam aqui silenciadas como se não fizessem parte do acontecimento. Esta fragmentação da realidade, produzindo uma nova realidade que exclui determinados aspectos, coloca-se em oposição ao que seria o “contrato de comunicação de um gênero discursivo totalmente singular” (BENETTI, 2008, p. 25), ou seja, a prática jornalística.

TEXTO 16

Data: 20/09/2010

Título: O Futuro – No caminho do polipropileno verde

Editoria: Caderno Nosso Mundo Sustentável

MATÉRIA: A matéria expõe ao leitor os projetos de investimento em pesquisa para a criação de outro polímero também derivado da cana-de-açúcar – o polipropileno verde. Tal resina, como afirma o jornal, seria mais resistente a impactos, e poderia ser usadas em peças de carros e eletrodomésticos. As parcerias da Braskem com pesquisadores e outras empresas dispostas a investir no projeto foram mencionadas, assim como os valores de investimentos.

INFOGRÁFICO: Através de textos e imagens, são mostradas algumas possíveis aplicações do polipropileno – carros, eletrodomésticos, entre outros – com uma breve explicação das vantagens desta resina. A diferença entre o polipropileno e o polietileno também foi exposta, com uma breve explicação química e de aplicabilidade.

BOX: Em cinco passos, o jornal expôs ao leitor a lógica de produção do polipropileno verde – o isolamento de micro-organismo, as modificações genéticas a que são submetidos, seu crescimento e os produtos que pode gerar.

INFOGRÁFICO 2: As mesmas perguntas e respostas colocadas ao leitor no dia 22 de abril de 2009 (vide Texto 9) foram publicadas no caderno Mundo Sustentável, reafirmando algumas posições anteriormente analisada nas marcas das SDS 28, 29, 30 e 31.

CRÔNICA: O jornal dedicou meia página do caderno Mundo Sustentável para uma crônica escrita por Jorge Souto, diretor de desenvolvimento sustentável da Braskem. Tal texto, por não representar a voz do jornal e por fazer parte de uma categoria distinta do jornalismo informativo, não é analisada neste trabalho.

SD48 (T16) – Trata-se do *polipropileno verde* – ou PP verde -, uma resina ainda mais resistente a impactos, ideal para revestir peças de veículos e eletrodomésticos.

SD49 (T16) – A partir do momento em que entra em contato com o açúcar, do qual se alimenta, o micro-organismo passa a produzir o

propeno, formado por três moléculas de carbono. Vários propenos juntos formam o polipropileno, nesse caso, de *origem 100% renovável*.

As marcas das seqüências 48 e 49 remetem o leitor a uma idéia de um produto “ecologicamente correto” ao reforçar a utilização da palavra *verde* para caracterizá-lo, assim como reforçar a idéia de que a fonte dos materiais produzidos é *100% renovável*. Tais colocações, uma vez que são expostas sem uma contextualização mais abrangente – são levantadas somente questões de cunho econômico e industrial - ganham força uma vez que problemáticas outras diretamente relacionadas ao tema – de cunho ambiental – ficam silenciadas na construção desse discurso por conterem elementos que tem a potencialidade de remeter o leitor a outra concepção, uma vez que tais questões poderiam ser contra-argumentos para a idéia de um produto verde, que não causa danos à natureza. O “verde” aqui provém de um interdiscurso que reforça o “mito tecnológico – expressão material deste modelo de desenvolvimento convencional considerado pelos tecnocratas imbuídos pela racionalidade econômica como instrumento capacitado a evitar a catástrofe ecológica a que nossa civilização se dirige” (LAYRARGUES, 1998, p. 70). Conforme afirma BUENO (2009), este pensamento, que remete-nos à FD ecotecnocrática, foi uma forma que o setor empresarial encontrou para passar de vilão da natureza à amigo da mesma – evitando uma redução nos ciclos produtivos -, e que foi “comprado” por diferentes setores da sociedade.

TEXTO 17

Data: 23/09/2010

Título: Produto químico, trabalho humano

Editoria: Reportagem Especial

MATÉRIA: Um dia antes da inauguração da nova fábrica da Braskem no Estado do Rio Grande do Sul, o jornal Zero Hora publicou uma Reportagem Especial, de duas páginas, buscando explicitar ao seu público leitor em que consiste o evento e os benefícios econômicos que trará ao país. Explicando que o pólo gaúcho mudará de perfil – uma vez que passará a usar cana-de-açúcar para a produção de resinas e ficará menos dependente de matéria-prima provinda do exterior – a reportagem apresenta como questões mais importantes de tal acontecimento o fato de o Estado passar a chamar a atenção de empresas e governos de outros países, o que é ressaltado em tom comemorativo através das fontes utilizadas – duas integrantes da gerência da Braskem, e uma ligada à consultoria do setor químico.

INFOGRÁFICO: Em uma grande sequência de imagens e pequenos textos, o jornal explica o que é o plástico verde, destacando a etapa inicial (plantio da cana-de-açúcar), e passando por todas outras fases (produção, logística, produto final), exemplificando alguns produtos que passarão a contar com esta tecnologia, como sacos plásticos, tampas, entre outros.

BOX (PARA SEU FILHO LER): Em um pequeno box intitulado “Plástico de bem com o ambiente”, o jornal apresenta tal acontecimento como uma conquista para o Estado, com uma breve explicação da origem do chamado plástico verde.

SD50 (T17) - **Plantio:** é o que determina *a característica ecológica do produto*, porque a cana-de-açúcar faz fotossíntese, ou seja, absorve o gás carbônico (CO₂) da atmosfera. O CO₂ é o maior vilão do efeito estufa.

SD51 (T17) - Inauguração da unidade de resina verde da Braskem, amanhã, que *contará com a presença do presidente Luiz Inácio Lula da Silva*, coloca o Estado na *vitrine da inovação e da tecnologia brasileira*.

SD52 (T17) - Na época, incentivos do Próalcool permitiram transformar o combustível em material usado em canos, portas e janelas, mas o processo foi abandonado. *Com o avanço da preocupação ambiental, surgiu a retomada*.

SD53 (T17) – **Plástico de bem com o ambiente:** o *mundo inteiro* vai *olhar diferente para o Rio Grande do Sul* amanhã. Será o dia em que começará no Estado a produção de um *tipo especial de plástico*.

As marcas da SD51, retiradas de um texto presente no infográfico da matéria, buscam explicar “a característica ecológica do produto”, justificando que a mesma se dá pela capacidade que a planta tem de realizar fotossíntese, e neste processo absorver parte do CO₂ que é liberado no processo de fabricação dos componentes do plástico. Este trecho demonstra uma visão claramente antropocêntrica, de dominação da natureza. Entende-se, aqui, que o “ser ecológico” é manipular a natureza, colocá-la a serviço do homem, amenizando os danos que o mesmo provoca a ela e a si próprio, através da lógica capitalista e industrial. A utilização da planta como recurso energético para a produção do chamado plástico verde remete-nos a diversos discursos que não ganham espaço nas páginas do jornal. A implicação ecológica no aumento da plantação de cana-de-açúcar, o custo energético do transporte deste material para a indústria, a possibilidade de implantação de uma monocultura da planta no estado, prejudicando a biodiversidade da região. Estas realidades, apesar de presentes no acontecimento, são ocultadas pelo tom comemorativo do jornal frente à implantação da

fábrica, que legitima o seu discurso utilizando a figura do então presidente do país, Luiz Inácio Lula da Silva, como explicitado na marca discursiva da SD51. O enfoque dado à matéria – ao constituir um discurso empresarial do “verde” – pode ser entendido como um reflexo da própria sociedade, imersa em uma lógica capitalista, pois “o que emerge na materialidade do texto origina-se de sujeitos posicionados em um tempo e um lugar condicionados social e historicamente” (BENETTI, 2008, p. 16). E o jornalismo – aqui entendido como uma prática imersa em um contrato social de mediador e legitimador dos acontecimentos cotidianos – ao reforçar este discurso, também serve como ferramenta para consolidá-lo no imaginário social. As marcas destacadas nas SD52 e SD53 ressaltam mais uma vez um discurso centrado num “caráter ecológico” e comemorativo sobre a produção do plástico verde da Braskem. Destacando apenas os benefícios econômicos, e ocultando os diversos discursos possíveis que envolvem significativas questões ambientais do acontecimento, a matéria apresenta-se vinculada à corrente ecotecnocrática.

TEXTO 18

Data: 24/09/2010

Título: Era sustentável: Plástico verde transforma o Polo

Editoria: Capa

SD54 (T18) – Era *sustentável*: Plástico verde *transforma* o Polo

SD55 (T18) – A cor *verde* desta capa, da contracapa e da página 24 é uma ação publicitária da Braskem para marcar a inauguração da fábrica de *plástico ecológico* no Pólo.

A capa do jornal Zero Hora do dia 24 de setembro de 2010, dia da inauguração da fábrica de plástico verde da Braskem, apresentou elementos que reforçaram tal acontecimento sob um viés positivo, em tom comemorativo e reafirmando-o sob um discurso ligado à FD ecotecnocrática – na qual determinados avanços tecnológicos, mesmo reforçando uma lógica capitalista que estimula o consumo, podem ser considerados como benéficos ao meio ambiente. Tais questões podem ser inicialmente observadas na capa e contra-capas do jornal, que neste dia foram coloridas de verde - uma pequena frase colocada no canto esquerdo superior da capa (SD55) afirma que tal coloração é uma ação publicitária da Braskem para marcar a inauguração da fábrica de plástico *ecológico*. Tal marca reafirma um discurso aparentemente ecológico, o que fica ainda evidenciado nas marcas da SD54 – *era sustentável* – coerentemente a uma linha que o jornal vem seguindo ao tratar do tema: apesar de destacar

aspectos econômicos e industriais como elementos importantes, firma uma visão ambiental do produto ao silenciar diversas questões negativas referentes ao mesmo.

TEXTO 19

Data: 24/09/2010

Título: Plástico Renovável – Polo gaúcho será mais verde

Editoria: Economia

MATÉRIA: No dia da inauguração da primeira unidade de produção de etanol a partir da cana-de-açúcar no Rio Grande do Sul, em 24 de setembro de 2010, o jornal Zero Hora publicou uma matéria na editoria Economia, destacando o crescimento econômico e industrial do Estado, e trazendo os benefícios da implantação desta unidade. Nela são destacados, ainda, os futuros projetos sobre a implantação de uma fábrica que produza propeno “verde”, outra resina que leva este nome por ser considerada derivada de uma fonte 100% renovável. Valores de investimentos, retornos financeiros e projetos empresariais mais uma vez são apresentados na matéria, que utilizou como fontes dois empresários da Braskem.

INFOGRÁFICO: O mesmo infográfico (vide Texto 17) – mostrando as etapas de produção do plástico verde (desde o plantio da cana-de-açúcar até os produtos finais) - foi mais uma vez reproduzido (agora em menor escala) como forma de elucidar ao leitor o que é o novo produto da Braskem.

SD56 (T19) – Além da primeira unidade de matéria prima de etanol de cana, inaugurada hoje, outros ***projetos reforçam o perfil ecológico.***

SD57 (T19) – Também reforça o ***perfil mais renovável do pólo gaúcho*** uma unidade de secagem de álcool de R\$ 25 milhões.

SD58 (T19) – Para abastecer as unidades que consomem etanol, a Braskem vai precisar de 600 milhões de litros de combustível por ano, o que ***duplicará o consumo no Estado.***

SD59 (T19) – Com o governo do Estado e as federações da indústria (Fiergs) e da agricultura (Farsul), a ***Braskem*** atua no ***desenvolvimento da produção (de cana-de-açúcar)*** no Rio Grande do Sul.

A matéria destaca o “perfil ecológico” dos empreendimentos, conforme explicitado nas marcas das SDs 56, 57 e 58, através de uma visão positiva e incentivadora aos avanços tecnológicos. Configura, assim, um discurso voltado à corrente ecotecnocrática, ao destacar os benefícios econômicos como aspectos fundamentais para os projetos, e sem detalhar os porquês do perfil ecológico. Afirmando os benefícios das empresas, destaca como positiva a

“duplicação do consumo no Estado”, sem levar em conta os aspectos negativos do mesmo, ou seja, os possíveis impactos ambientais que geraria a partir do aumento da produção e consumo de cana-de-açúcar. A forma como o discurso sobre o “ambientalmente correto” é aqui construída remete-nos ao que Harvey (2006) chama de “consumo verde” – a apropriação de um termo que possui um interdiscurso com referências na ecologia tradicional, e utilizado para a produção de signos e imagens voltados a interesses mercadológicos. As marcas de SD59 expõem, mesmo que de forma tímida, os planos que a empresa tem em implantar monoculturas de cana-de-açúcar no Estado para suprir a futura demanda por este “produto” (como é remetido em diversos momentos ao longo das matérias). Aqui, as implicações desta proposta não são expostas, e os possíveis danos a que a implantação de uma nova monocultura no estado implicaria, não ganham espaço, configurando o que Orlandi (1995) denomina como política do silêncio. Os não-ditos do texto assim o são para firmar uma posição – a de um produto ambientalmente correto – produzindo um recorte necessário do acontecimento para gerar um determinado sentido, e não outro.

TEXTO 20

Data: 25/09/2010

Título: Plástico verde atrai interesse estrangeiro

Editoria: CAPA

SD60 (T20) – Plástico verde *atrai interesse estrangeiro*

SD61 (T20) – *Inauguração* de unidade da Braskem no pólo de Triunfo contou com *executivo enviado do Japão* pela Toyota, interessada em adotar a resina verde nos veículos.

A capa de Zero Hora do dia 25 de setembro de 2010 apresentou elementos que reafirmam fortemente a linha discursiva que o jornal seguiu até então na cobertura sobre a implantação de plástico verde da Braskem. Fortemente filiada à corrente ecotecnocrática, a chamada de capa mostra a que a questão econômica é um dos elementos considerados mais importantes pelo jornal sobre o acontecimento, SD60, entendido e reproduzido sempre sob um aspecto positivo. O interesse de grandes empresas estrangeiras no produto não só é entendido como um aspecto positivo, como é considerado fato importante para firmar tal posição, o que fica evidenciado ao ser destacado na capa do jornal, conforme as marcas da SD61. O enquadramento dado à notícia configura uma estratégia de construção social sobre o acontecimento através de uma rede de signos que é estabelecida para firmar um discurso, e de

não-ditos que reafirmam esta posição. As marcas do título aqui destacadas, ao contextualizar o acontecimento sob um viés econômico e mercadológico, configuram uma estratégia discursiva que contribui “para o estabelecimento de ‘consensos’ a respeito de valores ou atitudes” (BENETTI, 1997, p. 110). Ao analisarmos a implantação da fábrica de plástico verde em sua totalidade, vemos que existe uma gama de problemáticas relacionadas ao tema – de cunho ambiental e social – que não são mencionadas dado o enquadramento (exclusivamente econômico), prejudicando uma visão ampla e complexa do acontecimento em questão.

TEXTO 21

Data: 25/09/2010

Título: Plástico renovável – Toyota de olho em resinas verdes

Editoria: Economia

MATÉRIA: A última matéria publicada pelo jornal sobre o assunto trata do interesse estrangeiro na tecnologia recém implantada (a inauguração da fábrica foi realizada no dia 24 de setembro do mesmo ano), que transforma a cana de açúcar em etanol, e o mesmo em polietileno – material amplamente utilizado para a fabricação de plástico. A matéria destacou a presença de dois executivos da Toyota, que vieram prestigiar a inauguração da planta industrial, e demonstraram seu interesse em adquirir esta tecnologia. Além disso, a matéria dá voz ao presidente da Braskem, que menciona o interesse de quatro países de diferentes continentes - América, Ásia e Europa – em construir plantas idênticas à de Triunfo. O interesse em implantar monoculturas de cana-de-açúcar também foi destacado no texto que, com o subtítulo “Desenvolvimento da cana está no foco do Estado”, mostrou a expectativa de empresários do ramo no crescimento do plantio desta planta no Rio Grande do Sul.

BOX: Em números e porcentagens, um pequeno box apresenta a unidade da Braskem através de valores investidos, capacidade de produção, número de empregos gerados, entre outros.

SD62 (T21) – Na *celebração à tecnologia*, à engenharia e à matéria-prima brasileiras que marcou a inauguração da unidade de eteno verde da Braskem, ontem à tarde, no pólo de Triunfo, o *interesse estrangeiro* indicou o *alcance mundial da novidade*. Entre os convidados, estavam dos executivos da Toyota Tsusho, Carlos Buyo, diretor no Brasil, e o gerente-geral do departamento de desenvolvimento de negócios, Shigeki Takai, *que veio especialmente do Japão para a solenidade*.

SD63 (T21) – *Até o presidente* Luiz Inácio Lula da Silva, depois de descerrar a *placa comemorativa*, mencionou a companhia japonesa ao dizer que esperava que um *carro ecológico* fosse montado com essas matérias-primas.

SD64 (T21) – Para *firmar o avanço tecnológico* e as *novas oportunidades de negócios* abertas pelo interesse no processo de produção, a Braskem também vai duplicar o número de pesquisadores da empresa, de 300 para 600, em quatro anos.

SD65 (T21) – Nas contas do vice-presidente de petroquímicos básicos, Manoel Carnaúba, o *fornecimento para o eteno verde exigiria uma área de 65 mil hectares* – cerca de 65 mil campos de futebol. – Temos a *expectativa de que empresas invistam* no Rio Grande do Sul. A própria *Corsan* e outras podem investir aqui – afirmou Gradin.

As marcas discursivas da SD62, ao evidenciarem de forma explícita uma *celebração* à tecnologia, nos remetem diretamente à FD ecotecnocrática que, filiada à racionalidade econômica, vê nos avanços tecnológicos as soluções para as questões ambientais. Tal discurso se configura, entretanto, contra os preceitos e ideais da ecologia tradicional – de onde surge o interdiscurso do verde – pois “esta hipótese tecnicista, calcada no otimismo tecnológico, segue sendo excludente do ponto de vista socioambiental e não enfrenta questões chaves da sustentabilidade (...)” (CAPORAL; COSTABEBER, 2000, p. 5). O texto busca legitimar e firmar esta posição ao dar voz a importantes figuras na economia mundial, como os representantes da empresa Toyota, e ao apoiar-se na figura do então Presidente da República, o que fica evidenciado na SD63, através da marca “*até o presidente da República Luiz Inácio da Silva*”. Nesta mesma sequência destacamos o uso da palavra “ecológico” que, assim como o “verde”, é justificado pelo uso de uma fonte renovável de energia que, conforme o discurso da empresa, ao compensar a emissão de gases, ajuda a reduzir o efeito estufa. Nenhum outro sentido é atribuído ao “verde”, ou ao “ecológico”, nesta matéria. Mais uma vez, a opção pelo uso do termo “verde” em um texto que apresenta um enquadramento mercadológico do acontecimento e que silencia problemáticas de cunho ecológico que fazem parte do mesmo pode ser entendida como uma estratégia discursiva para (re)afirmar uma visão sobre o tema, uma vez que “não é possível enunciar sem construir, pela linguagem, uma arquitetura complexa que articule a percepção da realidade” (BENETTI, 2008, p. 18). As marcas da SD64 destacam os benefícios sociais e econômicos dos ditos *avanços tecnológicos*, por proporcionarem ao Estado do Rio Grande do Sul novas oportunidades de negócios com empresas estrangeiras, como é exaltado ao longo de todo o texto como um dos grandes

benefícios da nova planta industrial. Seguindo esta linha, a SD65 mostra um interesse da Braskem em criar monocultura de cana de açúcar no Estado, indicando o interesse de investimentos externos nesta questão. As vozes que aparecem ao longo do texto para firmar o discurso econômico construído são exclusivamente de empresários e políticos que se posicionam a favor do projeto. Estas figuras, ao reafirmarem as posições já explicitadas no texto, ajudam a legitimar um discurso que se configura num imaginário tecnocrático, afirmando posições favoráveis ao desenvolvimento tecnológico.

6 CONSIDERAÇÃO FINAIS

A maneira como pensamos o ambiente depende diretamente do discurso usado para comunicar sobre ele. Em uma sociedade caracterizada pela imersão em uma lógica informacional – na qual os meios de comunicação passam a cumprir papel fundamental na construção de uma consciência coletiva – os significados construídos e firmados pela mídia sobre o ambiente exercem um papel importante na legitimação ou contestação de determinados paradigmas, visões e compreensões sobre o meio em que vivemos. A busca pela compreensão de como o discurso sobre o “verde” é construído pelo jornalismo foi o objetivo principal dessa pesquisa, que, através de uma análise discursiva, confirmou muitas suspeitas que a permeavam, simplificando algumas visões e complexificando outras.

A vastidão do conceito “verde” nos remeteu, inicialmente, a um aprofundamento de sua historicidade – ou seja, das variáveis que percorrem o seu entendimento, das posturas e formas de ver o mundo, dos paradigmas que regem e regeram a sociedade conforme o momento histórico, dos conceitos e noções que a circundaram e contribuíram, assim, para a construção de uma ordem discursiva sobre o verde, levando-se em conta os seus diferentes desdobramentos. Tais elementos, resgatados no capítulo 2, nos permitiram identificar não um discurso sólido, mas sim uma floresta de signos, sentidos e significados. O verde, ao longo do tempo e conforme os interesses e relações de poder estabelecidas, fragmentou-se em diferentes enunciados, amarrou-se em uma rede de significações firmadas e reconstruídas através da repetição, dos silenciamentos e das escolhas feitas pelos sujeitos envolvidos.

A recuperação das visões que o homem construiu sobre a natureza ao longo dos séculos, a partir de suas necessidades e das relações de poder estabelecidas na esfera social, foram fundamentais para a identificação de determinadas práticas e discursos que até hoje permeiam a sociedade, definindo a maneira como o homem entende e se relaciona com a natureza. A busca por uma superação da visão antropocêntrica – na qual o ser humano é elemento soberano e “autorizado” a manipular o meio ambiente conforme os seus interesses – é o caminho que se anseia para o estabelecimento de uma relação harmônica entre as diferentes formas de vida. Este seria o passo inicial para uma reorganização da sociedade através um novo paradigma, que busca uma visão complexa e integral dos elementos que a constitui.

Buscando uma sistematização dos diversos momentos discursivos do verde, optamos pela categorização de duas correntes filosóficas que lançam olhares atuais e antagônicos sobre a forma como o homem vê, entende e atua no meio em que vive. As correntes Ecotecnocrática

e Ecosocial serviram como base, então, para uma futura análise discursiva sobre o verde nas páginas do jornal Zero Hora. Tal categorização demonstra que um determinado conceito pode ser inserido em diferentes ordens discursivas, e legitimado por elas através dos sentidos que nelas são produzidos.

A pesquisa buscou, desde o início, desenvolver uma reflexão entre os processos de comunicação e de produção de sentido. Sendo assim, fez-se necessário contextualizar o jornalismo através de diferentes eixos, que serviram posteriormente para estabelecer os parâmetros de reflexão discursiva. O olhar aqui lançado sobre a produção jornalística configurou-se, então, sob uma ótica da notícia enquanto construção, como uma dentre as diversas práticas sociais, responsáveis por relacionar os indivíduos com o mundo. Destacamos a pertinência de se compreender de que modo o acontecimento jornalístico interage na construção da realidade social. Entendendo que o jornalismo não exerce sua função somente através da descrição dos acontecimentos sociais, mas sim como um local de mediação de diferentes campos sociais, uma visão desta prática através de preceitos discursivos fez-se necessária. O discurso jornalístico é considerado, assim, uma das mais poderosas redes de mobilização de sentidos.

A escolha pela Análise do Discurso, tanto na reflexão teórica como nas opções metodológicas, se deu pela compreensão de que as palavras trazem em si uma carga de significados, construídos a partir da sua historicidade, mas também a partir das posições dos sujeitos que as empregam, dos objetivos e intenções dos mesmos, ou seja, dos interesses que regem o que é dito e o que é silenciado. Para que o discurso aconteça, é preciso que se estabeleça uma relação de hierarquia entre os sujeitos do processo. Daí a força que o jornalismo exerce na consolidação de determinados discursos, uma vez que esta prática está fundamentada em padrões de credibilidade historicamente legitimados.

A seleção do *corpus* desta pesquisa se deu no intuito de buscar compreender, num universo limitado – o Jornal Zero Hora - como o discurso sobre o verde foi construído nas páginas deste jornal de grande influência no estado do Rio Grande do Sul a partir da implantação da fábrica de ‘plástico verde’ da empresa Braskem, por entendermos que o mesmo é um elemento fundamental na construção e instituição simbólica do discurso ambiental na sociedade gaúcha. As escolhas feitas pelos jornalistas – enquanto sujeitos e a partir das limitações e constrangimentos impostos pela redação -, as fontes de informação utilizadas, e principalmente as filiações ideológicas determinaram as posições assumidas pelo mesmo, e conseqüentemente as estratégias discursivas na transmissão e construção do acontecimento.

Na busca por extrair estes sentidos e as filiações ideológicas a que estão intimamente ligados, estruturamos, então, este trabalho sob três pilares: o Jornalismo, o Verde, e o Discurso. Para fins de análise, utilizamos as duas correntes filosóficas – Ecosocial e Ecotecnocrática – como perspectivas de enunciação do discurso sobre o tema, transformando-as, conforme as reflexões sobre o discurso presentes no capítulo 4, em Formações Discursivas (FD) – que nos permitiram identificar a que ideologias os discursos estão filiados, como se configuram, assim como as estratégias adotadas pelos mesmos.

A FD Ecotecnocrática ficou aqui entendida como aquela que estrutura sua compreensão sobre a relação do homem com o meio a partir da necessidade de um crescimento econômico continuado. Distanciando-se dos ideais do movimento ambientalista tradicional, a ênfase na tecnologia- através de uma visão positiva e incentivadora da mesma – é o elemento central desta perspectiva. As problemáticas socioambientais são elementos centrais desta corrente; entretanto a busca por soluções se dá mediante mecanismos de mercado, sob uma lógica capitalista. Apesar da preocupação ambiental, os elementos naturais são entendidos como recursos, através da sua possibilidade de utilização para atender as demandas de mercado.

A visão antagonica a esta perspectiva ficou caracterizada pela FD Ecosocial, que se configura como uma abordagem contemporânea que propõe uma mudança no sistema e nas orientações econômicas dominantes. Ao defender um desenvolvimento que respeite os diferentes modos de vida e as diferentes culturas, aproxima-se dos preceitos do movimento ambientalista tradicional, que tem como base a defesa da preservação da biodiversidade e dos ecossistemas locais. Em suma, na perspectiva da FD Ecosocial, está presente a idéia da valoração da natureza a partir de cada um de seus elementos, entendendo-os como uma rede inter-relacionada, que depende de um equilíbrio para sua manutenção, e vê os avanços tecnológicos e a racionalidade econômica atual como processos danosos e prejudiciais à manutenção deste equilíbrio.

As reflexões teóricas permitiram que fosse realizado uma análise do material selecionado – 20 textos publicados pelo jornal – na qual pudemos extrair 65 SDs que foram, posteriormente, examinadas. A historicidade do verde mostra que este conceito está presente nos mais variados e contraditórios discursos, transbordando nos não-ditos, nas falhas e nas redes de significados. Sendo assim, para identificá-lo – suas filiações ideológicas – nos textos analisados, um aprofundamento sobre o objeto aqui representado – o plástico verde – foi essencial para entendermos a rede de enunciados e as relações de poder que o circundam.

A análise dos textos publicados pelo jornal Zero Hora sobre a implantação do plástico verde pela empresa Braskem indicaram uma forte filiação à FD Ecotecnocrática, uma vez que, através das SDs extraídas dos mesmos, todos apresentaram elementos que remetem a esta perspectiva. Tais elementos foram evidenciados principalmente pelo tom celebrativo do acontecimento, entendendo a construção desta nova fábrica como algo benéfico aos sujeitos envolvidos (produtores e consumidores da notícia), uma vez que os benefícios sócio-econômicos foram destacados como o principal argumento na construção deste discurso. Amparado na historicidade do verde – originalmente e ainda hoje associado a uma visão do que é considerado “ambientalmente correto” – o jornal reforçou o discurso construído pelo marketing da empresa, que a coloca como “amiga da natureza”.

A apropriação ideológica do verde pelos setores empresariais é uma problemática que vem sendo identificada ao longo das últimas décadas, uma vez que o sistema capitalista viu-se ameaçado pela emergência da problemática ambiental, e buscou nela a solução para este possível freio. Ao invés de incorporar os preceitos e valores promovidos pelos movimentos ambientalistas – que buscam instaurar uma visão menos centrada no homem e seus interesses, e mais na natureza e suas necessidades como um todo – assumindo, assim, a necessidade de uma profunda reestruturação dos valores que sustentam a produção e o consumo, este setor da sociedade apropriou-se de tais conceitos, deturpando seus sentidos originais para utilizá-los a favor de uma lógica capitalista, na qual os interesses comerciais e econômicos prevalecem sobre a preocupação com o meio ambiente. Assim se deu a inserção de palavras como *sustentável*, *verde*, do prefixo *bio*, entre outros, para a caracterização de produtos e novas formas de produção.

Nesta pesquisa, não buscamos pensar e analisar a construção destes discursos pela lógica mercadológica, mas sim através dos preceitos da prática jornalística que, sob a ótica construtivista, é considerada um dos elementos responsáveis por relacionar os indivíduos com o mundo através dos enquadramentos e escolhas dados aos acontecimentos que são divulgados. Esta visão atribui ao jornalismo uma responsabilidade para/com seu público leitor de relatar os acontecimentos, mostrar os diferentes elementos que o envolvem, como uma forma de conhecimento capaz de agregar e questionar as relações que os leitores estabelecem com os temas abordados. Assim, tal prática cumpriria seu papel de trabalhar a serviço do interesse público.

Entretanto, o que identificamos na análise do material selecionado foi o predomínio de uma visão deturpada e manipulada sobre o verde – ou seja, aquela mesma visão adotada pelo setor empresarial. As noções de natureza e daquilo que seria considerado “ambientalmente

correto” apresentam-se inseridas em uma lógica mercadológica, no qual o desenvolvimento tecnológico – associado ao crescimento econômico – é visto como um elemento primordial, e a valoração da natureza configura-se através de uma visão antropocêntrica, que a avalia a partir de sua utilidade para o homem. O predomínio desse discurso, dentre os tantos outros possíveis, pelo jornal, agrava-se ao pensarmos o papel que exerce na sociedade. Tais constatações levaram-nos a concluir que, pelo menos nessa análise, o jornalismo apresenta-se imerso em uma lógica empresarial e, respaldando-se no contrato histórico que estabeleceu com o seu leitor – que lhe atribui credibilidade no relato dos acontecimentos e o poder de contribuir para a construção da cidadania – age a favor de interesses outros que não o interesse público.

As escolhas da publicação e relevância dada a determinados fatores que envolvem o acontecimento – os benefícios econômicos que ele traz ao Estado, suas potencialidades de contribuir para a redução do efeito estufa, etc.– sobrepõem-se a outros elementos – o potencial poluidor do plástico, o incentivo ao consumo do produto, entre outros, que, ao serem ocultados, servem para firmar um dentre os diversos sentidos que podem ser atribuídos ao verde. Aqui, os não-ditos, ou seja, os elementos silenciados, assim o são para firmar um determinado posicionamento, e para atribuir um valor simbólico ao que é considerado verde pelo jornal. Isto é reafirmado, também, pela escolha das fontes que aparecem nos textos – todas relacionadas ao setor industrial e incentivadoras da produção de plástico verde.

Concluimos esse trabalho voltando-nos à frase que inspirou seu começo: "Conhecer não é demonstrar nem explicar, é acender a visão", pois acreditamos que este não é somente o encerramento de uma pesquisa, mas o momento de reafirmar a chama de uma luta que vem sendo travada por diversos estudiosos do jornalismo em conjunto com uma rede de ambientalistas: o de resgatar os princípios cidadãos desta prática, entendendo-a como uma importante ferramenta na divulgação e conscientização dos preceitos fundados pela ecologia tradicional, na luta por uma sociedade mais e melhor informada sobre as questões ambientais. Entendemos que somente o conhecimento pode dar a liberdade que o cidadão necessita para tomar suas decisões, firmar posicionamentos e agir em prol do que acredita. E o jornalismo, considerando-se que estamos imersos em uma sociedade voltada à informação, deve exercer um papel não somente de transmissor de conhecimento, mas também de educador. Encerramos, assim, resgatando o objetivo inicial que inspirou esta pesquisa: o de ser mais uma semente a colaborar na grande rede de pesquisadores que lutam e defendem esta visão, e que compõe uma grande cadeia de jornalismo ambiental.

REFERÊNCIAS

ALSINA, Miguel Rodrigo. **La construcción de la noticia**. Barcelona: Paidós, 1989.

BACHETTA V., El periodismo Ambiental. In: V.L., BACHETTA (org). **Ciudadanía Planetaria: Temas y desafíos del periodismo ambiental**. Uruguai: Federación de Periodistas Ambientales/Fundacion Fridrich Ebert, 2000.

BENETTI, Márcia. Análise do discurso em jornalismo: estudo de vozes e sentidos. In: LAGO, Claudia; BENETTI, Márcia (org.). **Metodologia de pesquisa em jornalismo**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2007.

_____. **O jornalismo como gênero discursivo**. Revista Galáxia, São Paulo, n. 15, p. 13-28, junho de 2008.

BERGER, Christa. **Campos em Confronto: a terra e o texto**. Porto Alegre: Editora da Universidade/UFRGS, 1998.

_____. Em torno do discurso jornalístico. In: Neto, Antonio Fausto; Pinto, Milton J. **O indivíduo e as mídias**. Rio de Janeiro: Diadorim, 1996.

BONES, Elmar; HASSE, Geraldo. **Pioneiros da Ecologia**. Porto Alegre: JÁ Editores, 2002.

BORGES, R.M.R., HILLEBRAND, V. **Plásticos, detergentes e desequilíbrio hormonal – um grito de alerta**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2007.

BRANDÃO, Helena H. Nagamine. **Introdução à Análise do Discurso**. 4 ed. Campinas, SP: editora da Unicamp, 1995.

BUENO, Wilson da Costa. Jornalismo Científico: resgate de uma trajetória. In: DINIZ, Augusto. (org.) **Comunicação da ciência: análise e gestão**. Taubaté: Cabral, 2004.

_____. **Comunicação, Jornalismo e Meio Ambiente – Teoria e Pesquisa**. São Paulo: Mojoara Editorial, 2007.

_____. Jornalismo Científico: resgate de uma trajetória. In: DINIZ, Augusto. (org.) **Comunicação da ciência: análise e gestão**. Taubaté: Cabral, 2004. p. 11-24.

_____. **Comunicação, Jornalismo e Meio Ambiente** – Teoria e Pesquisa. São Paulo: Mojoara Editorial, 2007.

_____. **O discurso verde e a hipocrisia sem cor alguma**. 2009. Disponível em: http://www.agricoma.com.br/agricoma/artigos/jornalismo_ambiental/artigo8.php. Acesso em: 18 jun. 2011.

CAPORAL, Francisco Roberto, COSTABEBER, José Antônio. Agroecologia e Desenvolvimento Rural Sustentável: perspectivas de uma nova Extensão Rural. Emater/RS, **Revista Extensão Rural**, v.1, n.1, jan/mar. 2000.

CAPRA, Fritjof. **A Teia da Vida**: uma nova compreensão científica dos seres vivos. 1 ed. São Paulo: Cultrix, 2006.

_____. **O Ponto de Mutação**. São Paulo: Cultrix, 1982.

CARSON, Rachel. **Primavera Silenciosa**. Barcelona: Editorial Crítica, 2010.

CASTELLS, Manuel. **A era da informação: economia, sociedade e cultura**. In: A Sociedade em rede. São Paulo : Paz e Terra, 2000. v. 1

CASTORIADIS, C. **A Instituição Imaginária da Sociedade**. Rio de Janeiro, Paz e Terra, 1986.

CHARAUDEAU, Patrick, MAINGUENEU, Dominique. **Dicionário de Análise do Discurso**. Tradução Fabiana Komesu (coord.). São Paulo: Contexto, 2004.

CHAUÍ, Marilena. Natureza, cultura, patrimônio ambiental. In: DUARTE, Ana Lúcia (coord.). **Meio ambiente**: patrimônio cultural da USP. São Paulo: Editora Universidade de São Paulo, 2003.

COLBORN, T.; DUMANOSKI, D.; MYERS, J. P., **Nosso futuro roubado**. 1ª ed. Porto Alegre: LP&M, 2002.

CORCUFF, Philippe. **As novas sociologias**: construções da realidade social. Bauru: Edusc, 2001.

DUARTE, Regina Horta. **História e Natureza**. Belo Horizonte: Autêntica, 2005.

FONSECA, Virginia P. da Silveira. A subordinação do jornalismo à lógica capitalista da indústria cultural. **Revista Famecos**. Porto Alegre, nº 17, abr. 2002.

_____. A identidade do Jornalista contemporâneo: dualidades e imprecisões num contexto de mudanças. In: **IX Congreso de la ALAIC**, 2008, Ciudad de México. Memórias - IX Congreso Latinoamericano de Investigación de la Comunicación, 2008. Disponível em: <http://www.alaic.net/alaic30/ponencias/cartas/Estudios_sobre_periodismo/ponencias/Periodismo_daSilveira.pdf>.

_____. O jornalismo nos conglomerados globais: prestação de serviços e entretenimento. **E-Compós** (Brasília), v. Abr/05, n. Nº 2, p. 4, 2005. Disponível em: <<http://www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/viewFile/32/33>>.

_____. O declínio da notícia no jornalismo pós-fordista dos conglomerados multimídia. **E-Compós** (Brasília), v. 7, p. 4, 2006. Disponível em: <<http://www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/viewFile/98/97>>.

FOUCAULT, Michel. **A Arqueologia do Saber** (Trad. Luiz Felipe Baeta Neves). 7 ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2010.

FORLIN, Flávio J.; FARIA, José de Assis F. Considerações Sobre a Reciclagem de Embalagens Plásticas. **Polímeros: Ciência e Tecnologia**, vol. 12, nº 1, p. 1-10, 2002, Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/po/v12n1/9876.pdf>>. Acesso em: 24 jun. 2011.

FRANCISCATO, Carlos Eduardo. **A fabricação do presente**: como o Jornalismo reformulou a experiência do tempo nas sociedades ocidentais. São Cristóvão: Editora Universidade Federal de Sergipe, 2005.

GADINI, Sérgio Luis. Em busca de uma teoria construcionista do jornalismo contemporâneo: a notícia entre uma forma singular de conhecimento e um mecanismo de construção social da realidade. In: **Revista Famecos**. Porto Alegre, nº 33, ago/2007.

GENRO FILHO, A. **O segredo da pirâmide**. Por uma teoria marxista do jornalismo. Porto Alegre: Editora Tchê, 1988.

GERARQUE, Eduardo. **Jornalismo e meio ambiente, uma abordagem epistemológica**. Disponível em: <www.agricoma.com.br/rev2artigoEduardoGeraque.htm>. Acesso em: 05 de maio 2010.

GIACOMONI, Marcello Paniz; VARGAS, Anderson Zalewski. Foucault, a Arqueologia do Saber e a Formação Discursiva. In: **Veredas OnLine – Análise do discurso**. 2/2010, p.119-129. Disponível em: <<http://www.ufjf.br/revistaveredas/files/2010/04/artigo-09.pdf>>. Acesso em: 12 out. 2011.

GIDDENS, Anthony. **A política da mudança climática**. Rio de Janeiro: Zahar, 2010.

GIRARDI, Ilza; SCHWAAB, Reges (org.) . **Jornalismo Ambiental: desafios e reflexões**. Porto Alegre: Editora Dom Quixote, 2008.

GONÇALVES, Carlos Walter. **Os (Des)caminhos do Ambiente**. 2. ed. São Paulo: Contexto, 1990.

GREGOLIN, Maria do Rosário. **Foucault e Pêcheux na análise do discurso – diálogos e duelos**. São Carlos: ClaraLuz, 2004.

HALL, Stuart et. al. A produção social das notícias: o mugging nos media. In: TRAQUINA, Nelson (org.). **Jornalismo: questões, teorias e “estórias”**. Lisboa: Vega, 1993.

HARVEY, David. **Condição pós-moderna**. São Paulo: Loyola, 1996.

KUNZLER, Caroline de Moraes. A Teoria dos Sistemas de Niklas Luhmann. In: **Estudos de Sociologia**. Araraquara, Vol. 16, p.123-136, 2004.

LAYRARGUES, Philippe Pomier. **A cortina de fumaça: o discurso empresarial verde e a ideologia da racionalidade econômica**. São Paulo: Annablume, 1998.

LIMA, G. Crise ambiental, educação e cidadania. In: LAYRARGUES, P. (Org.). **Educação ambiental: repensando o espaço da cidadania**. São Paulo: Cortez, 2002.

LUTZENBERGER, José. **Ecologia do Jardim ao Poder**. 10. Ed, Porto Alegre: L&PM, 1985.

_____. **Gaia, o planeta vivo**. 2ª Ed. Porto Alegre: L&PM, 1991.

_____. **Manifesto Ecológico Brasileiro: Fim do Futuro?** 4ª Ed., Porto Alegre: Movimento, 1986.

LUHMANN, N. O conceito de sociedade. In: NEVES, C. B. ; SAMIOS, E. M. B.(Org.). **Niklas Luhmann: a nova teoria dos sistemas**. Porto Alegre: Ed. UFRGS, 1997.

_____. **La realidad de los medios de masas**. Barcelona: Anthropos: Universidad Iberoamericana, 2000.

MACHADO, Márcia Benetti, JACKS, Nilda. **O discurso Jornalístico**. Brasília, Compós, 2001. Disponível em: <<http://www.almanaquedacomunicacao.com.br/artigos/1515.html>>. Acesso em 18 jun. 2011.

MARGULIS, Sergio. **Controle Ambiental: coisa pra rico?** In: Planejamento e políticas públicas. V. 7, p. 81-101. Brasília: 1992.

MARIANI, Bethania. Sobre um percurso de análise do discurso jornalístico: a Revolução de 30. In: INDURSKY, Freda & FERREIRA, Maria Cristina (org.). **Os múltiplos territórios da análise do discurso**. Porto Alegre: Sagra-Luzzatto, 1999.

MARÍN. Samuel Ospina. Las Ideologías Ambientales. In: **Revista Ciências Humanas**. Ano 7. Vol. 23. Mar/2000. Disponível em: <<http://www.oei.es/n4466.htm>>. Acesso em: 25 jun. 2011.

MATURANA, H. (1999). **A ontologia da realidade**. Belo Horizonte: Editora da UFMG.

_____. **La realidad: objetiva o construída?: fundamentos biológicos da realidade**. Barcelona: Anthropos, 1997.

MATURANA, H.; VARELA, F. **De máquinas e seres vivos**. Porto Alegre: Artes Médicas, 2002.

_____. **El árbol del conocimiento: Las bases biológicas del entendimiento humano**. Santiago de Chile: Ed. Universitária, 1990.

MEDITSCH, Eduardo. **O Jornalismo é uma forma de conhecimento?** Cursos da Arrábida - Universidade de Verão, 2007. Disponível em <<http://www.revistas.univerciencia.org/index.php/mediajornalismo/article/viewFile/1084/5273>>. Acesso em 20 de março de 2011.

MORIN, Edgar. **Ciência com Consciência**. Portugal: Publicações Europa-America, 1982.

_____. **Saberes Globais e Saberes Locais**. Rio de Janeiro: Garamond, 2000.

_____. **O Paradigma Perdido** – A Natureza Humana. 4. ed. Portugal: Publicações Europa-América, LDA., 1973.

_____. **O método**. A vida da vida. Vol.3. Porto Alegre: Sulina, 1998.

_____. **A decadência do Futuro e a Construção do Presente**. Florianópolis: Editora da UFSC, 1993.

NELSON, Peter. **Dez dicas práticas para reportagens sobre Meio Ambiente**. Porto Alegre: Núcleo de Ecojornalistas do Rio Grande do Sul (NEJ/RS), 2002.

ORLANDI, Eni P. **Análise do Discurso** – Princípios e procedimentos. 6ª ed. Campinas, SP: Pontes, 2005.

PADUA, S. M.;TABANEZ, M. F. **Educação Ambiental: Caminhos Trilhados no Brasil**. Brasília: Ipê, 1997.

PARK, Robert. A notícia como forma de conhecimento: um capítulo da sociologia do conhecimento. In: STEINBERG, Charles (org). **Meios de Comunicação de massa**. São Paulo: Cultrix, 1972.

PÊCHEUX, Michel. (Trad. ORLANDI, Eni). **Semântica e discurso: uma crítica à afirmação do óbvio**. Campinas: Editora da Unicamp, 2009.

RAMOS, Luis Fernando Angerami. **Meio ambiente e Meios de Comunicação**. São Paulo: Annablume, 1996.

RÜDIGER, Francisco. **Tendências do Jornalismo**. Porto Alegre: Ed. Da Universidade/UFRGS, 1993.

SALDANHA, Luiz Jacques. **Plástico verde: solução ou problema?** Entrevista concedida à Ilza Tourinho Girardi. Ecoagência. Notícia. Entrevista. 4 nov. 2010. Disponível em: <http://www.ecoagencia.com.br/?open=noticias&id=VZISXRIVONIYHZFRjZEZaN2aKVVVB1TP>. Acesso em: 23 jun. 2011.

_____. Um veneno chamado bisfenol A. Entrevista concedida ao Instituto Humanitas Unisinos. 30 jun. 2009. Disponível em: <<http://www.ihu.unisinos.br/entrevistas/23432-um-veneno-chamado-bisfenol-a-entrevista-especial-luiz-jacques-saldanha>>. Acesso em: 23 jun. 2011.

SARGENTINI, Vanice Maria Oliveira. Os estudos do discurso e nossas heranças: Bakthin, Pêcheux e Foucault. In: **Estudos Lingüísticos XXXV**, p. 181-190, 2006. Disponível em: <<http://www.gel.org.br/estudoslinguisticos/edicoesanteriores/4publica-estudos-2006/sistema06/vmos.pdf>> Acesso em: 15 nov. 2011.

SATO, M.; CARVALHO, I. **Educação ambiental: pesquisa e desafios**. Porto Alegre: Artmed, 2005.

SCHWAAB, Reges Toni. Edições verdes da revista Época: gramáticas ecológicas no jornalismo contemporâneo. In: **INTERTEXTO**, Porto Alegre: UFRGS, v. 2, p.203-219, julho/dezembro 2010.

SPONHOLZ, Liriam. Entre senso comum e ciência: o conhecimento híbrido do jornalismo. **Ciências & Cognição 2007**; Vol 10: 02-14. Disponível em: <<http://www.cienciasecognicao.org/>>. Acesso em: 08 maio 2010.

TASCHNER, Gisela. **Do jornalismo político à indústria cultural**. São Paulo: Summus, 1987.

TAUTZ, Carlos. In: VILAS BOAS, S. (Org.). **Formação & informação ambiental: jornalismo para iniciados e leigos**. São Paulo: Summus, 2004.

TRAQUINA, Nelson. **O Estudo do Jornalismo no Século XXI**. São Leopoldo: Editora Unisinos: 2005.

TUCHMAN, Gaye. **La producción de la noticia: estudio sobre la construcción de la realidad**. Barcelona: Gustavo Gilli, 1983.

_____. **Teorias do Jornalismo, porque as notícias são como são**. Florianópolis: Insular, 2004.

VERÒN, Eliseo. **Construir el acontecimiento**. Buenos Aires: Gedisa, 1987.

ANEXO 1 - TEXTO 1

Data: 04/06/2008

Título: Disputa pelo plástico verde (texto + infográfico)

Editoria: Economia

18 |

ZERO HORA > QUARTA | 4 | JUNHO | 2008

Economia >

economia@zerohora.com.br

Volkswagen começa
recall na família Fox
Página 25O charme das galochas
em feira de calçados
Página 26

Editora executiva: Maria Isabel Hammes > 3218-4701. Editora: Christianne Schmitt > 3218-4702. Coordenadora de produção: Isabel Marchezan > 3218-4715

Indústria Aumento de produção e novas fábricas fortalecem pólo leiteiro

Tetra Pak pode investir no RS

Enviado Especial/São Paulo

ALEXANDRE DE SANTI

O crescimento da produção gaúcha de leite está despertando o interesse da Tetra Pak no Estado. Ontem, o presidente da empresa no Brasil, Paulo Nigro, disse que o país vai precisar de uma nova fábrica de embalagens até 2013 e que o Rio Grande do Sul disputa o investimento. Segundo o executivo, um novo empreendimento custa cerca de 50 milhões de euros (cerca de R\$ 126 milhões).

– O Rio Grande do Sul encontrou seu desenvolvimento no ramo leiteiro. É um crescimento incrível. Com certeza precisaremos de uma nova fábrica até 2013, e o Rio Grande do Sul entra nesta disputa – disse Nigro no primeiro dia da 24ª Feira Internacional de Embalagens e Processos para as Indústrias de Alimentos e Bebidas (Fispal Tecnologia), realizada na capital paulista até sexta-feira.

As caixas de longa vida representam 54% do número de embalagens



Paulo Nigro,
presidente da Tetra Pak Brasil
“O Rio Grande do Sul encontrou seu desenvolvimento no ramo leiteiro. É um crescimento incrível.”

vendas à indústria alimentícia brasileira pela Tetra Pak, líder mundial em soluções para processamento e envase de alimentos. A empresa avalia o plano de investimento no Brasil para os próximos anos.

Dentro do planejamento, Nigro pediu autorização para ampliar a planta

de Ponta Grossa (PR), uma das duas unidades brasileiras, e que está perto da capacidade total. Na planta paranaense são produzidas embalagens para abastecer o sul do país e clientes do Exterior. O plano de expansão deve ser conhecido em 30 dias. Segundo Nigro, a necessidade de ampliação da fábrica no Paraná – que poderá ser duplicada – é reflexo do boom leiteiro na bacia gaúcha.

Até dezembro, a produção diária de leite no Estado deve crescer 25,97% ante 2006, e a capacidade dos laticínios gaúchos vai aumentar em 47,3% até o fim do ano. Para o presidente da Associação Gaúcha de Laticinistas, Ernesto Krug, o Rio Grande do Sul é forte candidato para receber o investimento.

Em primeiro lugar, porque a maioria dos consumidores de leite longa vida, onde as caixinhas são usadas, estão nas regiões Sul e Sudeste. E a qualidade do leite no Estado permite um tempo maior nas prateleiras. Além disso, o Rio Grande do Sul tem posição estratégica para atender aos mercados do Uruguai e Argentina.

A produção gaúcha de leite deve continuar aumentando: segundo Krug, o Estado pode se transformar até o final do ano no segundo maior produtor brasileiro, com mais de 3 bilhões de litros por ano, atrás apenas de Minas Gerais.

– Indiscutivelmente, o Rio Grande do Sul é o melhor local. Mas uma fábrica dessas eu não acredito que seja instalada rapidamente – ressalta.

alexandre.santi@zerohora.com.br

Alexandre de Santi viajou para São Paulo a convite da Tetra Pak

Leite de sobra



*Indústrias em fase de ampliação ou conclusão de obra:

Empresa	Capacidade (litro/dia)	Inauguração prevista	Município
Cosulati	450 ml	Outubro	Pelotas
CCGL	1 milhão	Julho	Cruz Alta
Nestlé	1 milhão	Julho	Palmeira das Missões

Há, ainda, outros projetos com inaugurações previstas a partir de 2009 que devem agregar mais 2,1 milhões de litros/dia à produção gaúcha.

A capacidade instalada dos laticínios gaúchos (em litros diários)

Atual:

9,5 milhões

Até o final do ano:

14 milhões

Fonte: ABIL

COMO É O PROCESSO

1 Para produzir o álcool necessário ao projeto, serão necessários cerca de 70 mil hectares de plantio de cana-de-açúcar.



2 As 5 milhões de toneladas de cana colhidas serão transformadas em 450 milhões de litros de etanol (álcool) ao ano, por meio da fermentação do caldo da cana, para produzir 200 mil toneladas de eteno verde. O bagaço que sobra é queimado para produção de energia na própria usina ou venda.



3 O álcool será comprado das usinas e levado à planta industrial da Braskem, que poderá ser no Rio Grande do Sul ou na Bahia, onde o etanol será desidratado, dando origem ao eteno.



4 Esse químico será processado em uma unidade comum, como as que usam como base eteno derivado de petróleo. Os 450 milhões de litros de álcool serão transformados em 200 mil toneladas de polietileno verde ao ano.



5 O polietileno verde será usado para a fabricação de utensílios domésticos, autopeças, embalagens, entre outros produtos. O plástico verde é feito a partir da cana, material renovável e que pode ser replantado. O plástico comum é feito de derivados de petróleo, recurso que tende a se esgotar.

Editoria de Arte

Investimentos Braskem levará em conta a produção de álcool para definir Estado onde vai fabricar a nova resina

Disputa pelo plástico verde

Para decidir se instala uma unidade de polietileno verde no Rio Grande do Sul ou na Bahia, a Braskem leva em conta a capacidade gaúcha de multiplicar a produção de álcool.

A falta de plantações de cana no Estado é um dos aspectos que reduzem a competitividade na briga pelo investimento. Até o fim do mês, a companhia deve anunciar se o empreendimento fica no polo de Triunfo (RS) ou de Camaçari (BA). – Nem Rio Grande do Sul nem Bahia têm abastecimento suficiente de álcool hoje, mas acreditamos que os dois possam ter produção de 120 milhões de litros por ano em 2012 – afirmou ontem Luiz Nitschke, responsável pelo projeto de polietileno verde da Braskem, em palestra na Sociedade de Engenharia gaúcha.

Para o executivo, a instalação de uma usina de álcool em São Luiz Gonzaga deve ser o propulsor do aumento da produção gaúcha, atualmente em torno de 10 milhões de litros de etanol por ano.

Produto terá preço superior ao do derivado de petróleo

O projeto, da empresa Norobios, prevê investimento próximo de R\$ 320 milhões na área industrial e de campo, com plantio de cerca de 16 mil hectares de cana e capacidade de produção de 100 milhões de litros de álcool ao ano. A previsão é de que o empreendimento comece a funcionar entre 2010 e 2011.

– Já temos 150 hectares de muda de cana plantados. Estamos esperando incentivos fiscais para podermos tocar o projeto, além do zoneamen-

tamento ambiental para plantio, que está previsto para julho – afirma Cláudio Morari, presidente da Norobios.

Feito a partir de cana-de-açúcar, em vez de petróleo, o polietileno verde é uma inovação no mercado de resinas plásticas. Até 2014, Nitschke acredita que a indústria química brasileira utilizará 2 bilhões de litros de bioetanol em projetos como o da Braskem, que iniciará a produção em escala comercial em 2010.

A nova resina começa a ser fabricada com custo inferior ao do derivado de petróleo e será colocada no mercado a um valor superior, de olho no consumidor que admite pagar mais por um produto menos nocivo ao ambiente. Se uma segunda unidade de eteno verde de 400 mil toneladas for aprovada, no futuro, o consumo da empresa poderá chegar a 1,5 bilhão de litros de etanol por ano.

ANEXO 2 - TEXTO 2

Data: 05/06/2008

Chamada de Capa: Plástico Verde: Braskem anuncia hoje nova fábrica

Violência no trânsito
Isso tem que ter fim

ZERO HORA

ANO 45
Nº 15.620
SC/PR - R\$ 2,50
DEMAIS REGIÕES
- R\$ 3,50
URUGUAI - \$ 48

PORTO ALEGRE, QUINTA-FEIRA, 5 DE JUNHO DE 2008 - 2ª Edição

www.zerohora.com

R\$ 2,00

<p>ESPECIAL Dia do Meio Ambiente Faça sua parte pelo mundo ambiente</p>	<p>A criatividade do cinema gaúcho Segundo Caderno</p>	<p>511 mil carros de volta às concessionárias RECALL SOBRE RODAS</p>	<p>Veja a edição de ZH que Daudt havia pego pouco antes de morrer ZERO HORA.COM</p>
--	--	--	---

Escutas convencem CPI a convocar o secretário de Governo de Yeda

Depois da divulgação das escutas telefônicas da Operação Rodin, a maioria dos deputados da CPI do Detran decidiu assinar o requerimento pela convocação do secretário-geral de Governo, Delson Martini. Ele é citado em diálogos como conhecedor da existência de subcontratações na autarquia. Para aprovar a ida do secretário à comissão, é preciso que o requerimento receba pelo menos sete dos 12 votos de titulares da CPI. Ontem, na primeira entrevista sobre o assunto, Martini disse que nunca interferiu "em favor de A ou B".

> O que revelam as gravações que agitaram sessão

Págs. 4 a 6, 12 e Editorial

Durante 2h43min, integrantes da CPI, assessores e repórteres ouviram no Plenarinho gravações da PF

ECONOMIA

Juro sobe 0,5 em tentativa de conter a inflação
Página 24

SÃO LEOPOLDO

Desaparecimento de autônomo intriga família
Página 51

CHECK-UP NO AEROPORTO

FAB testa hoje novo radar do Salgado Filho

Militares da Aeronáutica vieram do Rio para avaliar o aparelho que transmite ao piloto a correta posição da pista. Se estiver em condições, o equipamento permitirá que o aeroporto opere normalmente. Os últimos três dias foram marcados por trans-tornos (foto). **Página 40**

CASO DAUDT

Os lances decisivos do julgamento

Aos 90 anos, Lia Pires lembra como venceu o maior embate jurídico gaúcho.
Páginas 46 a 49

PLÁSTICO VERDE

Braskem anuncia hoje nova fábrica
Página 22

Receita de hoje:

ZH + R\$ 4,90 =
1 livro Bolos & Biscoitos.

AS INSCRIÇÕES PELO SITE ACABAM AMANHÃ.
WWW.UNIFICADO.COM.BR
SIMILÃO

ANEXO 3 - TEXTO 3

Data: 05/06/2008

Título: Pólo gaúcho receberá fábrica da Braskem

Editoria: Economia

| 24 | Economia >

ZERO HORA > QUINTA | 5 | JUNHO | 2008

Plástico verde Anúncio oficial será feito na tarde de hoje, no Palácio Piratini

Pólo gaúcho receberá fábrica da Braskem

MARTA SFREDO

No início desta tarde, uma cerimônia no Palácio Piratini vai selar o destino da primeira unidade de produção de plástico verde do país: o pólo gaúcho de Triunfo.

A Braskem, dona do projeto, também é a companhia controladora do pólo petroquímico. Segundo a expectativa, além da solução para os créditos de ICMS, a negociação pode envolver a redução da alíquota para a produção de plásticos em geral no Rio Grande do Sul.

A unidade básica exige investimentos de US\$ 150 milhões, mas o resultado das tratativas pode ser ainda mais vantajoso para o Estado.

Ontem, durante anúncio da parceria com a Brinquedos Estrela para

fabricar produtos com polietileno verde, o presidente da Braskem, José Carlos Grubisich, disse que esta semana seria definido o local da planta industrial, que estava entre o Rio Grande do Sul e Bahia.

Produção deve alcançar 210 mil toneladas anuais

Ao comentar o andamento das conversas a Zero Hora, há 10 dias, o secretário da Fazenda, Aod Cunha, principal interlocutor da Braskem no governo, havia demonstrado otimismo com a definição do Estado como sede do projeto.

Com previsão de lançamento no mercado ainda em julho, as primeiras unidades do Banco Imobiliário Sustentável, versão do tradicional jogo de estratégia que vai inaugurar a parceria, serão fabricadas com o

Como é o projeto

> A Braskem vai produzir uma resina chamada polietileno de alta densidade, que serve para fabricar autopeças, brinquedos e frascos de cosméticos, por exemplo.

> A diferença é que esse produto será feito com etanol originado de cana-de-açúcar em vez de nafta, um derivado do petróleo.

> Enquanto o plástico comum resulta em uma emissão de 2,5 toneladas de carbono, o plástico verde possibilita o sequestro de 2,5 toneladas de carbono por cada tonelada produzida.

> Para chegar a essa resina, a empresa vai usar etanol para produzir eteno. Essa é a planta crucial no processo, que

pode ser instalada em Triunfo, no Estado, ou no pólo de Camaçari, na Bahia.

> O eteno verde, por sua vez, será transformado em polietileno nas unidades já existentes de segunda geração da Braskem. Esse é um dos pontos em que o Rio Grande do Sul oferece vantagem em comparação com a Bahia.

> No pólo de Triunfo, a Braskem acaba de incorporar as unidades da Ipiranga Petroquímica e tem mais capacidade ociosa do que na Bahia.

> O investimento apenas para a planta de eteno verde seria de US\$ 150 milhões, mas, se for confirmada para o Rio Grande do Sul, deve trazer junto outras ampliações das unidades da Braskem.



Obras públicas

Ritmo do PAC melhorou, avalia governo

As obras do Programa de Aceleração do Crescimento (PAC), que estão em ritmo considerado adequado pelo governo no primeiro quadrimestre de 2008, chegaram a 87%.

Isso representa 1.845 obras de um total de 2.120 programadas para o período. O número das que estão em estágio preocupante ou que merecem atenção caiu por conta do avanço ou atraso na execução e licenciamentos.

Das obras que têm problemas, 6% estão em estado de atenção e 2% preocupam, segundo o governo. Há 21 que enfrentam problemas no Tribunal de Contas da União (TCU). Dessas, apenas uma (BR-230, na Paraíba) foi liberada. No balanço de janeiro, o percentual de obras em estágio preocupante ou que mereciam atenção era de 14%.

De acordo com o Comitê Gestor do PAC, desde o lançamento do programa até abril deste ano, o empenho do Orçamento do PAC alcançou R\$ 20,4 bilhões. Os pagamentos chegaram a R\$ 10,5 bilhões.

Para a Toyota, ampliar horizontes é crescer com responsabilidade e respeito ao meio ambiente.

Comprometer-se com o planeta é trabalhar pelo desenvolvimento sustentável. Em junho, mês do meio ambiente, a Toyota reafirma esse compromisso. Por isso, promove e apoia ações voltadas ao ecossistema, à vida e à sociedade, com o mesmo respeito e a mesma responsabilidade presentes em seus produtos.

Para saber mais sobre os projetos e ações da Toyota do Brasil, acesse o nosso relatório ambiental: www.toyota.com.br

TOYOTA

ANEXO 4 - TEXTO 4

Data: 06/06/2008

Chamada de Capa: Fábrica de plástico verde abre investimento de R\$ 1 bi até 2011

Violência no trânsito



Isso tem que ter fim

ZERO HORA

ANO 45
Nº 15.621
SC/PR - R\$ 2,50
DEMÁS REGIÕES - R\$ 3,50
URUGUAI - \$ 48

PORTO ALEGRE, SEXTA-FEIRA, 6 DE JUNHO DE 2008 - 2ª Edição

www.zerohora.com

R\$ 2,00

Faça o Jogo do Namoro



KZURA NA ZERO

Estréia Sex and the City



Segundo Caderno

A cozinha dos botecos de Minas



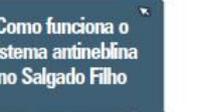
Gastronomia

A corrosão da central de inseminação



CAMPO & LAVOURA

Como funciona o sistema antineblina no Salgado Filho



ZERO HORA.COM

Aliados de Yeda exigem saída do secretário de Governo

Quatro meses após assumir a Secretaria-Geral de Governo, Delson Martini é pressionado por aliados da governadora Yeda Crusius a deixar o cargo. A permanência dele no governo ficou abalada depois de a CPI do Detran ter divulgado gravações entre os principais envolvidos na fraude na autarquia, nas quais Martini é citado como conhecedor de irregularidades. **Páginas 6 e 14**

Em carta Lair se diz excluído por “máfia” no Detran

Páginas 11 e 14

À ESPERA DE VISITAS EM GRAVATAÍ



Araras-canindé estão entre as novas atrações do Pampas Safari, que no fim de semana inaugura viveiro com 63 animais de sete espécies. Pág. 53

BEIRA-RIO



Larley dá adeus com choro e desabafo

Atacante critica a condução de sua transferência para o Goiás, onde também jogará Gabiru. **Esportes**

PÓLO DE TRIUNFO

Fábrica de plástico verde abre investimento de R\$ 1 bi até 2011

Páginas 24 e 25

ROTINA DE TRANSTORNOS

População padece com a falta de planejamento de obras públicas

Páginas 4 e 5

ANIVERSÁRIO CARREFOUR

Vem se divertir imperdível nas páginas 27, 28 e 33.

Carrefour

AS INSCRIÇÕES PELO SITE ACABAM

HOJE, ÀS 18H

WWW.UNIFICADO.COM.BR

SIMILÃO

ANEXO 5 - TEXTO 5

Data: 06/06/2008

Título: Pólo gaúcho vai ter mais R\$ 1 bi

Editoria: Economia

24

ZERO HORA > SEXTA | 6 | JUNHO | 2008

Economia >

economia@zerohora.com.br

Menos DVDs e perfumes, mais flores e chocolates no Dia dos Namorados

Página 29

Editora executiva: Maria Isabel Hammes > 3218-4701. Editora: Christiane Schmitt > 3218-4702. Coordenadora de produção: Isabel Marchezan > 3218-4715

Desenvolvimento Braskem, terceira maior petroquímica das Américas, confirma a implantação da planta de resina verde no Rio Grande do Sul e anuncia um novo ciclo de investimentos em Triunfo

Pólo gaúcho vai ter mais R\$ 1 bilhão

MARTA SFREDO

Começa no segundo semestre, em Triunfo, a construção da planta da Braskem que dará origem ao plástico feito a partir de álcool de cana-de-açúcar. A unidade, adiantou ontem o presidente da empresa, José Carlos Grubisich, abre um novo ciclo de investimentos no pólo petroquímico gaúcho que alcançará R\$ 1 bilhão até 2011.

Não por acaso, a data escolhida para o anúncio, no Palácio Piratini, foi o Dia Mundial do Meio Ambiente. Além da importância econômica, enfatizou Grubisich, o investimento tem papel estratégico, porque vai transformar o Estado em referência mundial por ser origem do primeiro plástico 100% renovável certificado com produção em escala industrial. Além da produção de polietileno de alta densidade, resina usada em brinquedos, frascos e autopeças, a terceira fase do pólo gaúcho, depois da instalação e da expansão do final da década de 90, prevê ampliação de outras matérias-primas (veja quadro).

Grubisich revelou, ainda, que há clientes dispostos a comprar o triplo do volume previsto na planta que ficará pronta até o final de 2010 em Triunfo, o que projeta mercado de 600 mil toneladas ao ano.

— Isso já nos permite começar a pensar em uma duplicação do projeto. Esclareceu, porém, que a ampliação não está nos planos imediatos da Braskem. Grubisich destacou que o fato de o plástico verde ter nascido no Estado — foi desenvolvido no Centro de Tecnologia e Desenvolvimento de Triunfo — foi um dos elementos que pesou na definição do local. Outro diferencial foi a possibilidade de acelerar a entrega do produto ao mercado. Mas admitiu que o andamento das negociações tributárias foi decisivo. A Bahia também disputava o investimento.

— A Braskem escolhe o que é melhor a cada momento, mas para nós



No Palácio Piratini, Grubisich recebeu de Yeda a licença prévia da Fepam que autoriza produção de plástico ecológico

A expansão

Os investimentos já previstos pela Braskem para o pólo de Triunfo até 2011, que somam R\$ 1 bilhão:

- > Produção de 200 mil toneladas por ano de polietileno de alta densidade (um tipo de resina plástica) a partir de álcool de cana-de-açúcar
- > Geração de 50 megawatts de energia a partir de carvão gaúcho
- > Aumento da produção das unidades de resinas da Braskem e da Ipiranga Petroquímica
- > Ampliação da capacidade da Planta 2 da Copesul em eteno e propeno (matérias-primas básicas) durante a parada de 2011
- > Elevação da capacidade em insumos usados por outras empresas do pólo que planejam aumentar a produção

Saiba mais sobre a planta verde

Investimento	De R\$ 400 milhões a R\$ 500 milhões
Capacidade	204 mil toneladas por ano
Consumo de etanol	450 milhões de litros ao ano
Início da construção	Segundo semestre de 2008
Início da produção	Final de 2010
Empregos na obra	1 mil
Empregos na operação	100
Receita potencial	R\$ 700 milhões
Produto	Polietileno de alta densidade, resina usada para fabricar produtos de plástico como brinquedos, frascos de cosméticos e autopeças para veículos

tem um saborzinho especial — disse a governadora Yeda Crusius, que só se manifestou durante a solenidade, num dia de crise política.

Em seu discurso, Yeda fez questão de entregar a licença prévia da Fundação Estadual de Proteção Ambiental (Fepam) a Grubisich, assinalando que autoriza a produção de até 204 mil to-

neladas ao ano. O executivo lembrou que o plano original era produzir 100 mil toneladas por ano, mas foi duplicado a partir do interesse manifestado durante a Feira K, na Alemanha. A empresa também vai ampliar os investimentos na pesquisa e desenvolvimento de outros tipos de resinas plásticas com base em etanol.

Solução de créditos foi decisiva

Não havia supercéticos entre os negociadores da Braskem e do governo do Estado. Foram 13 grandes reuniões para chegar ao acordo fechado há cerca de 10 dias.

A solução para o principal problema — créditos acumulados de ICMS no valor de R\$ 340 milhões — foi dividir o aproveitamento desse valor em 42 prestações. Também foi concedido desconto nesse tributo na compra do álcool em São Paulo, ao menos enquanto o Rio Grande do Sul não tiver condições de suprir a Braskem, e na aquisição de máquinas e equipamentos sem similares no Estado.

Ficou acertada ainda a manutenção da alíquota de 12% de ICMS (em vez de 17%) para embalagens plásticas até 2010. Até agora, a cada mês era feita uma extensão do prazo final, o que

não favorecia planejamento de longo prazo, como ampliação de produção. Embora beneficie só os transformadores, clientes da Braskem, a decisão interessa à companhia porque pode ampliar a venda de resina no Estado, elevando a rentabilidade da empresa.

Quando o ex-secretário de Desenvolvimento Nelson Proença começou a tentar atrair o projeto para o Estado, era praticamente certa a implantação na Bahia. Os esforços envolveram até o senador Pedro Simon (PMDB). O secretário da Fazenda, Aod Cunha, comandava a equipe do governo e atuava como diplomata. Na divisão de tarefas, o diretor da Receita Pública, Júlio Grazzietin, cumpriu o papel de durão. Pela Braskem, a equipe de negociação foi comandada pelo vice-presidente financeiro, Carlos Fadigas.

Portal de investimentos do HSBC.
Bastante moderno. Mesmo assim,
agrada muito aos conservadores.

- > Portal de investimentos com informações sobre o mercado financeiro.
- > Suporte especializado via chat e fórum.
- > Discussões diárias on-line: antes e depois do pregão.
- > Taxa de corretagem: R\$ 18,00.

hsbcinvestimentos.com.br

HSBC
No Brasil, uma razão, HSBC

ANEXO 6 - TEXTO 6

Data: 06/06/2008
 Título: De Triunfo para Roma
 Editoria: Economia

ZERO HORA > SEXTA | 6 | JUNHO | 2008

Economia > | 25 |



Maior propagador do etanol brasileiro, Lula mostrou na Itália carrinho feito de plástico verde produzido em planta piloto no RS

Aviação Ex-diretora da agência foi convocada para falar na quarta-feira

Anac dá 30 dias para VarigLog mudar controle

Brasília

Entenda o caso

A empresa aérea de transporte de cargas VarigLog poderá ter a concessão cassada e ser impedida de operar caso não apresente, no prazo máximo de 30 dias, uma nova composição acionária que atenda à determinação prevista no Código Brasileiro de Aeronáutica. A legislação determina o limite de 20% de participação estrangeira no capital com direito a voto em empresas aéreas nacionais – o que não ocorre com a VarigLog.

Afastada da Anac desde agosto de 2007, a ex-diretora Denise Abreu disse ter provas da interferência do governo federal na venda da Varig em 2006. A companhia estava em processo falimentar. Denise acusou a ministra-chefe da Casa Civil, Dilma Rousseff, de ter feito pressão para o órgão regulador tomar medidas favoráveis ao negócio, deixando de observar, por exemplo, se os sócios brasileiros da VarigLog, empresa interessada na compra, tinham recursos suficientes para assumir a empresa – o que poderia indicar que o verdadeiro dono seria o fundo de investimento americano Matfin Patterson. A legislação brasileira proíbe estrangeiros de ter o controle de companhias aéreas. A ministra Dilma disse que as informações divulgadas por Denise são falsas.

Comprada da Varig em janeiro de 2006, a VarigLog tinha no controle a Volo do Brasil, formada pelo fundo de investimento norte-americano Matfin Patterson e três sócios brasileiros: Marco Antônio Audi, Luiz Eduardo Gallo e Marcos Michel Hatzel. Em razão de desentendimentos empresariais, o imbróglio foi parar na Justiça. Em abril, a Justiça de São Paulo determinou que o fundo assumisse a gestão da empresa e deu 60 dias para a recomposição acionária. O prazo se encerrou em 1º de junho.

Nos últimos 10 dias, mais de 300 do 1,6 mil funcionários foram demitidos da VarigLog. Representantes de aeronautas e aeroviários (pessoal de terra) da companhia fizeram assembleias ontem no Rio, Recife e Porto Alegre para discutir a possibilidade de greve. Segundo o presidente da Federação Nacional dos Trabalhadores em Aviação Civil (Fentac), Celso Klafke, a empresa depositou salários atrasados, além de benefícios, e pagou R\$ 5 mil a cada

demitido, como parte da indenização. A complicada situação da VarigLog voltou à tona com as denúncias da ex-diretora da Anac Denise Abreu de que a ministra-chefe da Casa Civil, Dilma Rousseff, fez pressão para a agência ser favorável à venda da Varig para a companhia de transporte de cargas. Em razão das declarações, o Senado convocou a ex-diretora para falar na Comissão de Infra-Estrutura na próxima quarta. Para evitar que o debate se concentre em Denise, o PT e o PMDB incluíram no requerimento outros envolvidos no processo, como Milton Zuanazzi, ex-presidente da Anac, e o juiz Luiz Roberto Ayoub, responsável pelo processo de recuperação que culminou com a venda da Varig.

De Triunfo para Roma

Desde que foi comunicado do projeto da Braskem de fazer plástico a partir de álcool, o presidente Luiz Inácio Lula da Silva virou fã da ideia. Foi informado sobre os detalhes e as perspectivas do projeto durante a inauguração da unidade de Paulínia, dia 25 de abril, e descobriu com esse argumento uma nova forma de fazer a defesa do etanol brasileiro, produzido a partir de cana-de-açúcar.

Naquele mesmo dia, pouco antes de fazer um inflamado discurso a favor do biocombustível nacional, Lula manifestou o desejo de que pudesse concretizar os planos da Braskem, e fez ao menos duas metáforas sobre um carro "com sabor de 51 ou de Velho Barreiro" – marcas de cachaca. Dias depois, antes do anúncio da parceria com a Brinquedos Estrela, a companhia encomendou meia dúzia de unidades de carrinhos de plástico verde produzido na planta piloto de Triunfo. Era uma forma de mostrar que, no futuro, automóveis ecológicos seriam equipados com peças feitas com plástico fabricado a partir de etanol de cana-de-açúcar.

Como se faz

- > As usinas produzem o etanol a partir da moagem e destilação do líquido extraído da cana-de-açúcar
- > A Braskem compra etanol e, por meio de alterações na temperatura e na pressão, destila para produzir eteno
- > O eteno é transformado em resina
- > Essa resina vai para as fábricas de plástico onde é transformada nos produtos de consumo final

100% renovável

Embora já existam plásticos feitos com produtos orgânicos, a diferença do projeto que a Braskem anunciou ontem para o Rio Grande do Sul é ter 100% de matéria-prima renovável e grande capacidade de produção. Uma das maiores vantagens do plástico verde em relação ao tradicional, feito a partir de petróleo ou de gás natural, é o fato de que a plantação de cana-de-açúcar, ao fazer a fotossíntese, retira gás carbônico da atmosfera.

É com o desejo de um grupo de empresas de associar sua imagem a um produto ambientalmente correto que a Braskem conta para formar o mercado consumidor. Segundo o presidente da empresa, José Carlos Grubisich, a característica faz com que esses clientes estejam dispostos a pagar entre 15% e 30% mais pelo plástico verde. Além do tipo de resina a ser produzido no Estado, para fabricar brinquedos e peças de veículos, a Braskem já tem pesquisas para outros, como o usado em sacolas.

Desde que recebeu uma das peças, Lula não a largou mais. Levou o carrinho até para Roma. No domingo, antes da abertura oficial da conferência da FAO, órgão da ONU de combate à fome, deu entrevista com o carrinho nas mãos. Defendeu que o etanol brasileiro não concorre com a produção de alimentos, ao contrário do americano, feito de milho. Era o que faltava para a consagração do produto que, agora, será fabricado em grande escala no Rio Grande do Sul pela primeira vez no mundo.

PARA O SEU FILHO LER

A maioria dos seus brinquedos é feita de plástico. Esse material é produzido a partir do petróleo (assim como gasolina e diesel, que abastecem os carros). Como não dá para fazer mais petróleo, um dia vai acabar. E, como já diminuiu a quantidade, ficou muito caro. Agora, foi inventada aqui no

Rio Grande do Sul uma forma de fazer plástico usando álcool em vez de petróleo. O álcool é feito a partir de cana-de-açúcar, que pode ser plantada várias vezes e, por isso, nunca vai acabar. Por isso, esse material é chamado de plástico verde.

Outra vantagem é que quando se planta cana, as folhas verdes fazem papel de mocinho: capturam o gás carbônico, que é o maior bandido do efeito estufa, esse que aumenta a temperatura

de Terra e muda o tempo, como os ventos fortes que têm feito no Estado.

A primeira grande fábrica de plástico verde do mundo ficará perto de Porto Alegre, na cidade de Triunfo. Uma das primeiras coisas que serão feitas com esse plástico ecológico serão peças do jogo Banco Imobiliário, que então se chamará Banco Imobiliário Sustentável. Depois, virão outros brinquedos, embalagens e até peças de carros.

ONTEM E HOJE

MARCAS – Expositores da 16ª Fendaço, que ocorre até o dia 22 em Pelotas, receberam orientações sobre registro de marcas, informou ontem a Marpa – Marcas e Patentes.

SECOVI – O sindicato das imobiliárias e dos condomínios comemora 25 anos de fundação com almoço no Hotel Plaza São Rafael, hoje, em Porto Alegre. Pedro Wahmann, coordenador-geral da Câmara Brasileira de Comércio e Serviços Imobiliários falará sobre as imobiliárias no mundo.

BIODIESEL – A necessidade de

buscar novas culturas para a produção do biodiesel foi um dos temas abordados ontem na Capital em seminário do Instituto Euvaldo Lodi (IEL-RS), do sistema Fiergs.

FEMSA – A unidade industrial da Fems Cerveja Brasil em Gravataí completa hoje 20 anos de operações. Com capacidade instalada para produção de 17 milhões de litros/mês de cerveja, a unidade distribui no Rio Grande do Sul e em Florianópolis. A companhia realiza no início da noite um coquetel em comemoração às duas décadas da planta.

ANEXO 7 - TEXTO 7

Data: 18/04/2009

Título: o Estado no mapa da cana atrai investimentos

Editoria: Economia

| 24 | Economia >

ZERO HORA > SÁBADO | 18 | ABRIL | 2009

Campo & Lavoura Definição de áreas para o cultivo no Rio Grande do Sul abre novas perspectivas para produtores rurais

O Estado no mapa da cana atrai investimentos

Depois de meses de espera, produtores e indústrias gaúchas finalmente puderam comemorar a aprovação do zoneamento agrícola da cana-de-açúcar para o Estado.

A decisão permite destravar investimentos que corriam o risco de não sair do papel.

Publicada ontem no Diário Oficial da União, a portaria nº 54 do Ministério da Agricultura autoriza o cultivo de cana em grande escala para a produção de etanol e açúcar em 182 municípios. Outros 34 municípios poderão cultivar a cana em pequenas propriedades para outros usos, como produção de cachaça, melado, rapadura ou pastagem.

Só o projeto da Norobios, em São Luiz Gonzaga, é estimado em R\$ 320 milhões. Outros R\$ 500 milhões serão aplicados pela Braskem na fábrica de resina verde a partir de etanol, cuja pedra fundamental será lançada na próxima quarta-feira, no Polo Petroquímico de Triunfo.

O zoneamento permite ao Rio Grande do Sul se inserir definitiva-

mente no mapa dos Estados produtores de açúcar e etanol, acelerando os projetos que já existiam e atraindo novos empreendimentos – comemora Sérgio dos Anjos, pesquisador da Embrapa Clima Temperado, que trabalhou nas pesquisas que serviram de subsídio para a elaboração do polêmico mapeamento da cultura.

Além de estabelecer quais são os municípios que podem plantar cana, a portaria especifica os tipos de solo aptos ao cultivo, os períodos indicados para o plantio e as cultivares recomendadas para cada região.

A falta de zoneamento era um limitador para os novos empreendimentos, que tinham maior dificuldade em obter financiamentos bancários. Além disso, os produtores também não conseguiam crédito para custeio das lavouras e nem tinham acesso ao seguro agrícola.

ZERO HORA.COM

Veja a lista completa dos municípios contemplados no zoneamento da cana em www.zerohora.com/vedicadoodia

Agora, abre-se um caminho para o Rio Grande do Sul reduzir a dependência do álcool importado de outros Estados e para oferecer uma alternativa aos agricultores das regiões que sofrem com as estiagens e secas – afirma o deputado federal Luis Carlos Heinze (PP-RS).

Considerada uma cultura perene, a cana é mais resistente à seca e oferece uma maior segurança aos produtores, avaliam representantes do setor e pesquisadores.

Para o presidente da Norobios, Claudio Morari, a consolidação da cadeia produtiva da cana-de-açúcar no Estado vai depender, também, da adoção de estímulos fiscais e tributários para os novos empreendimentos. O projeto da Norobios em São Luiz Gonzaga prevê investimentos de R\$ 250 milhões em uma usina de etanol e outros R\$ 70 milhões nas lavouras. A inauguração da usina está prevista para 2011, com a moagem de 500 mil toneladas de cana no primeiro ano.

Hoje, no Estado, estima-se que o cultivo de cana ocupe cerca de 35 mil hectares.

COMO FICA

A nova regra que mapeia o plantio de cana no Estado:



Por que é importante

> O Rio Grande do Sul consome pouco mais de 800 milhões de litros de etanol por ano, menos de 2% produzido aqui.

de R\$ 1,3 bilhão destinados à compra de álcool combustível.

> Com isso, segundo Wilson Caetano, coordenador do programa de cana na Fundação Estadual de Pesquisa Agropecuária (Fepagro), envia para outros Estados cerca

> Com a fábrica de resina verde da Braskem e a renovação da frota de automóveis flex, esse déficit tende a crescer. Por isso, é fundamental que o Estado desenvolva uma forte cadeia de produção de cana.

Concursos Mais de 16 mil candidatos devem fazer, no domingo, as provas

Por uma vaga de trabalho na UFSM

FERNANDA MAILLMANN

Não é vestibular, mas vale a pena na Universidade Federal de Santa Maria (UFSM). Neste domingo, um número quase tão grande como o de estudantes que a cada ano buscam a oportunidade de entrar nos cursos da instituição tentará uma chance de trabalhar na universidade.

A disputa que eles terão pela frente, inclusive, em muitos casos, é maior do que a entre os estudantes.

O concurso abre postos para cargos em Santa Maria e para os campi da UFSM em Silveira Martins, Frederico Westphalen e Palmeira das Missões. Para as 111 vagas, há cerca de 16,2 mil candidatos, o que dá uma relação geral de 146 candidatos por vaga. A disputa, no entanto, para muitas vagas é superior.

O cargo de assistente em adminis-

tração para Santa Maria, por exemplo, terá 730,45 candidatos por vaga. É a maior disputa do concurso, e nela estará a autônoma Maria Elisa Batista Pfeifer, 39 anos. Em meio a tanta concorrência, a estratégia de Maria Elisa tem sido manter o foco nos estudos. De junho do ano passado para cá, ela já fez concurso para Caixa Federal, Correios e prefeitura. A rotina começa cedo. Acorda às 5h para estudar sozinha. Das 8h em diante, já está no cursinho. À tarde, Maria Elisa trabalha e, à noite, novamente, revisa os livros. Todo esse empenho lhe dá confiança.

– Eu sei que a concorrência é alta, mas eu sei também que não serão 730 concorrendo comigo. Quando a relação candidato/vaga saiu, aqui no cursinho muita gente desistiu de estudar. Eu nem tirei férias este ano e vou estudar até o fim. Sei que estarei melhor preparada do que quem apenas se inscreveu – acredita.

A intenção de Maria Elisa, que é



Maria Elisa mantém foco e nem tirou férias para reforçar dedicação aos estudos

formada em Educação Física e faz uma média de dois concursos por ano desde 2005, é ter um emprego estável, com salário garantido.

– Procuo o que muita gente procura no emprego público: estabilidade, férias, 13º salário. Manter o negócio próprio é muito instável, muito cheio de altos e baixos – diz.

Das 111 vagas, 28 são destinadas a quem tem Ensino Médio. Outras 83 exigem nível superior. O concurso deste domingo tem validade de um ano, podendo ser prorrogado por mais um.

A universidade tenta, por meio de sua procuradoria, reverter a decisão do cancelamento de vaga para o cargo de auditor determinado pela Justiça na terça-feira.

fernanda.mallmann@diariosm.com.br

UFRGS abre concurso

Estão abertas as inscrições do concurso público da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS) para preencher 31 vagas de professores. Os interessados têm até o dia 29 para se inscrever no site www.ufrgs.br.

O valor da taxa de inscrição é de R\$ 168 para professor adjunto com jornada de 40 horas (dedicação exclusiva) e de R\$ 110 para professor assistente (dedicação exclusiva de 40 horas). A remuneração é de R\$ 6.722,85 para adjunto e de R\$ 4.442,60 para assistente. O concurso terá provas didática, escrita, de títulos e defesa da produção intelectual. São oferecidas vagas para as escolas de Administração e Enfermagem, para as faculdades de Educação e de Odontologia e para os institutos de Artes, Biociências, Filosofia e Ciências Humanas, Física, Psicologia, Química e Ciências Básicas da Saúde.

Correção

No Prêmio de Competitividade para Micro e Pequenas Empresas – MPE Brasil, a empresa Poesleg Corretora de Seguros foi a vencedora na categoria serviços, e não na de seguros como publicado na página 32 de ontem.

A prova

> Quando – Domingo
> Horário – Das 8h30min às 11h30min
> Local – As provas serão feitas no campus da UFSM e no Centro. No campus, farão as provas os candidatos inscritos para o cargo de assistente em administração – Santa Maria. Em 11 escolas e faculdades do Centro serão aplicadas as provas para os demais cargos. Os candidatos devem conferir o local de sua prova no site www.ufrgs.br/concurso

CONCURSO PARA PROFESSOR

Estão abertas, até o dia 12 de maio, as inscrições para o concurso público da UFSM que abre sete vagas para professores de ensino básico, técnico e tecnológico no Colégio Agrícola de Frederico Westphalen. Mais informações no site www.ufsm.br, na seção Edita.

ANEXO 8 - TEXTO 8

Data: 18/04/2009

Título: Entrevista: "O pior já passou"

Editoria: Caderno Dinheiro

ENTREVISTA

| Bernardo Gradin |
PRESIDENTE DA BRASKEM

"O pior já passou"

MARTA SFREDO

Será com novo rosto que a Braskem apresentará oficialmente ao Rio Grande do Sul, na próxima quarta-feira, um projeto pioneiro no mundo. O lançamento da planta de eteno verde, que vai permitir a produção de resinas para plástico a partir de etanol de cana-de-açúcar, marcará a estreia de Bernardo Gradin em grandes eventos como líder de uma das companhias mais importantes do Estado. Aos 44 anos, casado e pai de dois filhos, é formado em engenharia civil com MBA pela Wharton Business School. Nascido em Salvador, mora em São Paulo há três anos. Conselheiro da Copesul durante quatro anos, conhecia as pessoas e o estilo gaúcho de trabalhar, mas com a consolidação de quase toda a operação do

polo de Triunfo sob o logotipo da Braskem, constatou:

— A qualificação das pessoas é muito diferenciada. O Rio Grande do Sul é uma fonte fabulosa de talentos.

Disciplinado, Gradin acorda entre 5h30min e 6h — para manter com corridas matinais o fôlego que o permite ser um meio-campo marcador — "carrapato", segundo inconfidências de companheiros de futebol que dividem o dia a dia. Também ajuda a manter a jornada média de 12 horas desde que assumiu a Braskem, em julho de 2008, em boa parte para superar a crise mundial — da qual espera estar vendo os últimos sinais:

— Março deu uma expectativa de que o pior já passou.

■ marta.sfredo@zerohora.com.br

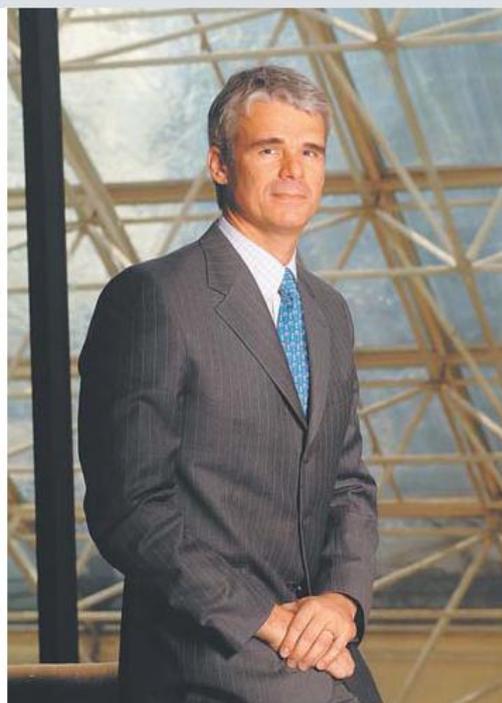


FOTO: WILSON PEREIRA/AGÊNCIA VEJA

ZH - O que foi decisivo para que a primeira produção de resina verde do mundo fizesse no Estado?

Gradin — Primeiro, existe um parque que permita, com investimento muito pequeno, apoiar as instalações para dedicar ao polietileno renovável. Também percebemos uma oportunidade com as equipes que existem aí. Existem sinergias com a planta da Copesul e para tratamento de efluentes. E percebemos, no diálogo com o governo do Estado, um interesse de fato em estimular o investimento, inclusive com a solução de créditos de ICMS que estavam repagados durante anos, com a vontade de estimular o aumento da terceira geração (*fabricantes de plástico*). E as plantas piloto e o centro de tecnologia estão no Estado.

ZH - Há expectativa de transformar o Estado em grande fornecedor de etanol?

Gradin — Seria excelente. Queremos que parte da matéria-prima dessa planta seja produzida no Rio Grande do Sul. Os projetos que se dizem verdes têm normalmente algum tipo de subsídio, de apoio do governo direto no investimento. No nosso caso, não. Por algum tempo, o etanol vai ter de vir de São Paulo ou de outra região. Agora, se for produzido no Rio Grande do Sul, melhora a competitividade.

ZH - As futuras plantas de resina verde da Braskem serão agrupadas?

Gradin — A tendência é fazer a próxima planta de polietileno verde integrada com a usina (*de álcool*). Nós temos nessa planta do Rio Grande do Sul o primeiro passo como pioneiros. Tem muito simbolismo fazer a primeira planta do mundo em escala de polietileno renovável, sobretudo para nossos clientes que va-

lorizam sustentabilidade e praticam o discurso. Para irmos a uma escala maior, inclusive com diversificação de matéria-prima, o projeto fará mais sentido integrado, que fazemos com que o projeto seja mais rentável em maior escala.

ZH - Há uma definição desse local?

Gradin — Não tenho parti pris (*inclinação*

contra ou a favor) de fazer esse projeto em nenhum lugar. Vamos buscar a melhor solução, que integre o agronegócio com a resina. Mas deve iniciar-se em 2011, 2012. O outro projeto, de polipropileno verde, ainda requer desenvolvimento. Chegamos a certificar, mas ainda não é economicamente viável para grande escala, precisa ao menos de dois ou três anos de pesquisa.

ZH - Quanto foi o ganho, até agora, com a consolidação do polo gaúcho?

Gradin — Da forma como eu acompanho, em 2008 pudemos medir ganho próximo a R\$ 175 milhões no lucro bruto. São sinergias operacionais, comerciais, fiscais.

ZH - Houve demissões em Triunfo provocadas por essa integração?

Gradin — Sim, houve. Quando consolidamos, algumas funções, sobretudo administrativas, ficaram redundantes. Começamos um processo

planejado em março de 2007, que vai provavelmente até o início de 2010. Foram cerca de 250 pessoas. Desse total, 28 pediram para sair e 109 se aposentaram. O restante, outros 109, foi demissão. Também foram contratadas, nesse período, 107 pessoas. A qualificação das pessoas no Rio Grande do Sul é muito diferenciada. Desde a educação básica até a educação técnica, o Estado se diferencia muito do resto do Brasil, estou falando dos cenários que eu conheço. Nesse aspecto, o Rio Grande do Sul é uma fonte fabulosa de talentos. E temos o desafio da renovação. Boa parte dos operadores tem 20 a 25 anos de casa, está chegando perto da aposentadoria natural. Nos próximos três anos, vai haver oportunidades de trabalho. Queremos deixar a cadeia um pouco mais ampla no Rio Grande do Sul, integrada. O polímero verde será um atrativo.

ZH - Qual é sua impressão do presidente da Venezuela, Hugo Chávez, parceiro pela associação com a estatal Pequiven?

Gradin — Já encontrei com ele, a impressão foi ótima. Não sei julgar o governo, não vivo na Venezuela, mas a forma como foi tratado foi excelente. Todo o projeto vem sendo estudado e negociado há mais de quatro anos, um processo longo baseado em muita confiança. Já foi construído no modelo que o governo quer, de parceria igualitária entre uma empresa da PDVSA, a Pequiven, com uma empresa privada que detém tecnologia e se dispõe também a desenvolver mercado. Como a Venezuela é uma das fontes mais competitivas de matéria-prima, e está na América Latina, o contexto estratégico leva naturalmente a uma parceria.

ZH - Fabricantes virão para o Estado?

Gradin — Temos alguns. Eu não posso dizer os nomes porque estaria me comprometendo por eles. Mas espero que alguns estejam aí com a gente na quarta-feira.

ZH - A Braskem vai investir R\$ 1 bilhão no polo gaúcho?

Gradin — Sim, é um compromisso. Chegaremos a esse valor até 2011. Temos projetos de

AS RESINAS

POLIETILENO: a mais usada na fabricação de plásticos, vai começar a produção mundial de resina 100% renovável e certificada no Rio Grande do Sul. Usada desde para sacolas de supermercado até tanques de combustível em automóveis.

POLIPROPILENO: a resina de maior crescimento de consumo, ainda precisa de tempo para chegar a um produto que seja 100% renovável como o polietileno. Usada desde em embalagens de salgadinhos até molduras de eletrodomésticos e carpetes.

ANEXO 9 - TEXTO 9

Data: 22/04/2009

Título: Da cana ao plástico: Uma Revolução verde na indústria gaúcha

Editoria: Reportagem Especial

| 4 | Reportagem Especial >

ZERO HORA > QUARTA | 22 | ABRIL | 2009

Da cana ao plástico

Uma revolução verde na indústria gaúcha

MARTA SFREDO

O Rio Grande do Sul abre um novo capítulo de sua história industrial. Será dado o primeiro passo para uma linha de produção inédita no mundo, a de plásticos feitos a partir de etanol. A última geração de derivados do álcool de cana-de-açúcar marca a fabricação em escala comercial de uma resina 100% renovável e certificada.

Uma especial combinação de fatores permitiu driblar a irrelevante produção gaúcha de cana. Antes da largada nas obras da fábrica da Braskem — o lançamento da pedra fundamental, hoje, às 16h30min, terá presença da ministra-chefe da Casa Civil, Dilma Rousseff —, o plantio de cana no Estado ganhou chance oficial, o chamado zoneamento. Até Montenegro, vizinho a Triunfo, foi incluído entre os indicados pelo Ministério da Agricultura.

— No Exterior, costumo mostrar dois frascos, um de plástico normal e outro feito com álcool. Digo que a diferença é só seu passado recente. Um é petróleo enterrado, o outro é gás carbônico na atmosfera — relata Antonio Morschbacher, responsável pela tecnologia de polímeros verdes da Braskem.

Que tal um carro a álcool em um tanque feito de álcool?

Morschbacher levou de três a quatro meses para acertar a fórmula. Em abril de 2007, há dois anos, transformou pela primeira vez a matéria-prima volátil na resina que faz até tanque de combustível, como destaca Luiz Nitschke, líder comercial de polímeros verdes. Não impressiona um carro movido a álcool em um tanque feito de álcool?

Foi assim com o presidente Luiz Inácio Lula da Silva. Quando soube, em abril de 2008, Lula se saiu com uma de suas tiradas: "Terei prazer em viajar para o Exterior levando o nosso primeiro carro verde, deitando a cachaça. Não vai cheirar a cachaça, vai? Porque é capaz de eles começarem a lambem nosso carro lá fora".

O plástico de etanol não tem cheiro nem sabor diferente do tradicional. Mas o charme de ser feito de gás carbônico retirado da atmosfera deve render preço 30% maior, conforme a Braskem. E, embora o foco seja o planeta, no sentido geográfico e ambiental, também cria expectativas gaúchas.

Perguntas e respostas

Por que um plástico é "verde" e o outro não?

A cana-de-açúcar retira gás carbônico do ar para se desenvolver. Também conhecido como dióxido de carbono (CO₂), é o principal causador do chamado efeito estufa, responsável pela elevação da temperatura do planeta. O plástico tradicional é feito de petróleo ou gás natural, recursos finitos cujo processamento não tem benefício ambiental.

Em que o plástico verde será usado?

A Estrela, fabricante nacional de brinquedos, já produz jogos com peças feitas a partir de plástico verde. A indústria já tem contratos de fornecimento para a produção dos frascos da marca de cosméticos Shiseido e de fraldas descartáveis da japonesa Toyota Tusho, ambas do Japão. Há expectativa de que novos clientes sejam anunciados hoje.

O que muda na transformação da resina no produto final?

Nada. Uma das vantagens do polietileno verde é ser usado da mesma forma que o tradicional. Não é necessária adaptação de máquinas ou de processos de produção.

De onde virá a matéria-prima?

No início, de São Paulo. No futuro, a Braskem quer que boa parte do etanol usado em Triunfo seja produzido com cana plantada no Estado. Isso foi facilitado pela inclusão do Rio Grande do Sul no zoneamento da cana, que permite financiamento público e acesso a seguro agrícola.

Qual é o mercado?

Por enquanto, os países desenvolvidos são os mais interessados, especialmente o Japão. No Brasil, onde domina o modelo de aterros sanitários, ainda são mais valorizados os plásticos biodegradáveis.

O custo é o mesmo do plástico de petróleo?

A diferença é pequena. A Braskem espera poder cobrar 30% a mais por oferecer um produto correto.

O plástico verde vai dominar o mercado ou é só modismo?

Nem uma coisa nem outra. Embora o petróleo vá acabar um dia, a petroquímica é considerada um uso mais nobre do que para combustíveis. O plástico verde deve ocupar um nicho, provavelmente crescente.

Por que a Braskem investiu no plástico verde?

Com o aumento das preocupações climáticas e dos investimentos em sustentabilidade, a empresa viu uma oportunidade. A liderança do Brasil na produção de etanol a custo relativamente baixo e experiências anteriores com a transformação de álcool em plástico ajudaram.

A resina verde será biodegradável?

Não. Isso significa que o tempo de decomposição do plástico verde é o mesmo do comum, de algumas centenas de anos.

Então, qual é a vantagem?

Retirar dióxido de carbono da atmosfera por meio da plantação de cana-de-açúcar. E tem potencial para ser ainda mais limpa: as folhas e o bagaço da cana podem ser queimados para gerar energia.

Por que o Estado foi escolhido?

O eteno verde foi desenvolvido no Centro de Tecnologia e Inovação de Triunfo. Com a compra das unidades da Ipiranga, a Braskem ganhou espaço para colocar em operação com rapidez a primeira produção de resina 100% renovável e certificada. Essa certificação é a mesma que define a idade de mdtmas ou de objetos de culto, como o Santo Sudário, feito pela radiação do isótopo do carbono 14.

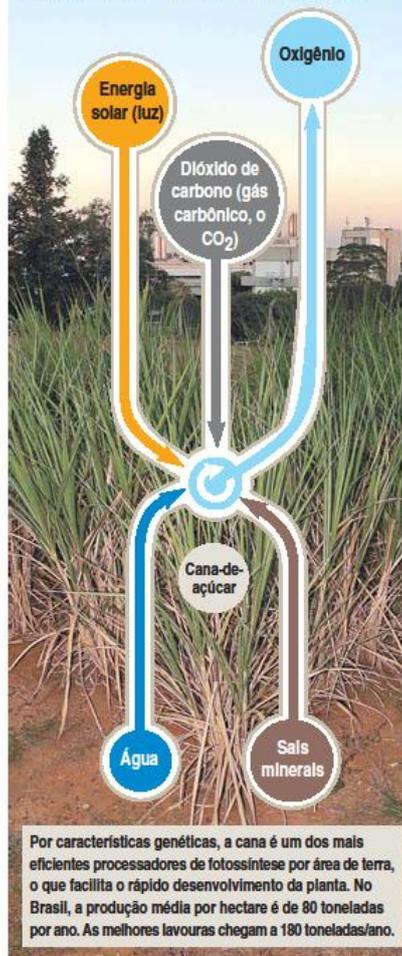
Quanto está sendo investido?

A Braskem investirá R\$ 500 milhões, gerando 1,5 mil empregos durante a obra, com conclusão prevista para 2010. Serão produzidas 200 mil toneladas de eteno com 450 milhões de litros de etanol ao ano.

ARTE SOBRE FOTO DE GENARO JONER

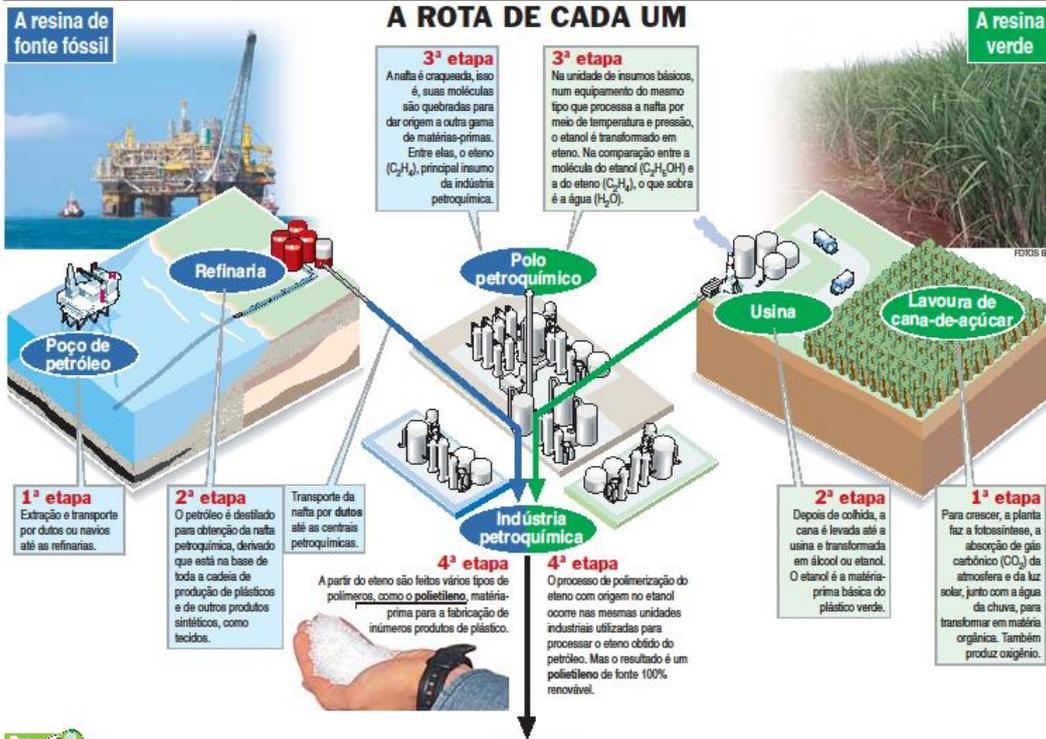
Fotossíntese

É o processo usado pelas plantas e alguns outros organismos para transformar energia luminosa em energia química processando dióxido de carbono (CO₂), água (H₂O) e minerais em compostos orgânicos e produzindo oxigênio.



marta.sfredo@zerohora.com.br

Fonte: Pirella, Göttsche e Loeb Nitschke



E SABE O QUE É O MAIS LEGAL?

Tenho quase 100% de certeza de que você gosta de docas. Também tenho quase 100% de certeza de que você sabe que docas são feitos quase sempre de açúcar.

E que o açúcar é fabricado a partir de uma planta chamada cana-de-açúcar.

E será que sabe mais uma coisa que é feita de cana? Isso mesmo: o álcool.

Mas aposte que você não sabe é que agora vão fazer outro produto com a cana-de-açúcar. Hoje, o pessoal vai começar a construir a primeira fábrica do mundo que vai transformar o álcool da cana em plástico.

Calma, isso não quer dizer que, depois de comer uma bala, você vai poder comer também o plástico em que ela é enrolada. O plástico feito da cana-de-açúcar é igual ao plástico que já existe, que vem do petróleo.

A diferença é que a cana é um produto que a gente chama de renovável: é só plantar de novo. Já o petróleo não é renovável. Depois que usou, acabou.

Tem outra coisa: a cana, quando cresce, absorve um gás chamado carbônico.

Esse gás, também conhecido como dióxido de carbono, é solto pelas fábricas e pelos carros, e polui o ar.

Como a cana-de-açúcar ajuda a limpar o ar que respiramos, o plástico feito de cana acaba sendo melhor para o ambiente do que o feito de petróleo.

Por isso, o pessoal está chamando o plástico da cana de plástico verde.

E sabe o que é o mais legal? A primeira fábrica do mundo de plástico verde feito de cana vai ser construída no Rio Grande do Sul, no polo da cidade de Triunfo.



A solução que vem do campo

Além da cana-de-açúcar, outros produtos agrícolas podem servir de matéria-prima para a obtenção de plásticos verdes. Essas resinas, chamadas de bioplásticos, têm fonte renovável, mas algumas são biodegradáveis e outras, não. Em alguns casos elas podem ser misturadas à matéria-prima fóssil:



ANEXO 10 - TEXTO 10

Data: 23/04/2009

Título: Dilma apela para o uso da cana gaúcha

Editoria: Economia

18

ZERO HORA > QUINTA | 23 | ABRIL | 2009

Economia >

economia@zerohora.com.br

Onde se cadastrar para
o programa habitacional
Página 20Afunila concorrência por
vagas na Brigada Militar
Página 26

Editora executiva: Maria Isabel Hammes > 3218-4701. Editora: Christianne Schmitt > 3218-4702.



Ministra, que participou de solenidade no polo petroquímico de Triunfo, destacou a perspectiva de mais empregos no campo

Plástico verde Unidade da Braskem deve estar pronta até outubro de 2010

Dilma apela para uso da cana gaúcha

Se depender do pedido da ministra-chefe da Casa Civil, Dilma Rousseff, a nova planta de eteno verde da Braskem ajudará a fortalecer o cultivo de cana-de-açúcar no Estado.

Para Dilma, os produtores gaúchos devem aproveitar a oportunidade do chamado zoneamento para ampliar as áreas plantadas com a cana, abrindo espaço à criação de empregos também no campo.

Ontem, na solenidade de lançamento da pedra fundamental da planta, no polo de Triunfo, a ministra fez um apelo à Braskem para que compre matéria-prima produzida no Rio Grande do Sul.

Segundo Dilma, a definição das áreas onde o plantio pode receber financiamento público e seguro agrícola, definido na sexta-feira passada, darão um impulso ao campo.

— Essa fábrica e toda a indústria têm sentido se ampliar a geração de emprego no Estado. Essa é uma questão da qual o governo federal não abre mão — afirmou a ministra em rápida entrevista concedida no encerramento da solenidade, depois das 19h.

Durante a cerimônia, o presidente da Braskem, Bernardo Gradim, convidou Dilma e a governadora Yeda Crusius para a inauguração da fábrica. O responsável pelas obras, o gaúcho Guilherme Guaragna, projeta a conclusão dos trabalhos para outubro de 2010.

Regras do pré-sal saem ainda neste semestre

Conforme a ministra-chefe da Casa Civil, o fato de o zoneamento da cana no Rio Grande do Sul ter saído dias antes do lançamento da unidade da Braskem que usa etanol como matéria-prima foi uma "coincidência".

— Ou talvez eles (o Ministério da Agricultura) tenham sido sensibilizados pela fábrica.

Dilma avisou que as novas regras para exploração de petróleo na camada pré-sal serão divulgadas no primeiro semestre. Descartou, porém, apresentação no dia 1º de maio, quando haverá uma solenidade no início dos testes de longa duração na área de Tupi.

Empresa confirma 250 demissões

Depois de saber dos protestos do Sindicato dos Trabalhadores nas Indústrias Petroquímicas de Triunfo contra demissões na Braskem, Dilma pediu informações à companhia, que reiterou a estimativa de 250 demissões, das quais 137 por aposentadoria ou a pedido.

Os sindicalistas relatam 370. Centenas de trabalhadores participaram de ato na BR-386, durante a manhã, causando congestionamento.

Indústria

Medabil abre fábrica em MG

A gacha Medabil inaugura hoje, no município mineiro de Extrema, perto da divisa com São Paulo, uma nova fábrica de estruturas metálicas. O investimento de R\$ 70 milhões dobrará a atual capacidade de produção da companhia, para 140 mil toneladas por ano.

Com a nova unidade, a empresa entra no mercado de obras industriais pesadas, como pontes, plataformas e prédios de vários pavimentos

que utilizam estrutura metálica em substituição às de concreto armado.

— Queremos desenvolver esse segmento, que tem forte potencial de crescimento no Brasil — diz Arlindo Bilbio, presidente da Medabil.

Além da nova fábrica mineira, a empresa projeta investimentos de R\$ 20 milhões para elevar em cerca de 15% a capacidade de suas três unidades localizadas em Nova Bassano e Nova Araçá. Outros US\$ 30 milhões serão aplicados na construção de uma fábrica em Suape, Pernambuco. Com conclusão prevista para 2010, a unidade vai reforçar a presença da Medabil no Nordeste.

Com esses investimentos, a Medabil projeta elevar o faturamento para R\$ 650 milhões este ano, alta de 32% sobre 2008, quando a empresa já havia crescido 44% sobre o exercício anterior.



Com nova unidade, companhia também fornecerá para obras industriais pesadas

Comércio Filial de rede francesa terá 160 funcionários e venderá 65 mil itens

Leroy inaugura loja na Capital

Uma francesa debuta hoje no segmento de materiais de construção no Estado. A rede Leroy Merlin inaugura às 9h a primeira loja em Porto Alegre.

Com 8,5 mil m², a 17ª unidade do grupo no Brasil oferece 65 mil itens. Desse total, 6 mil são produzidos por fornecedores do Estado, informa o diretor da loja, Ricardo Oliveira Morgado, que considera esse um dos destaques do ponto-de-venda.

A filial é aberta no momento em

que o setor contabiliza vendas em alta com a redução do Imposto sobre Produtos Industrializados (IPI) em alguns materiais de construção.

— Toda redução de impostos ajuda porque quem compra azulejo, por exemplo, comprará outros produtos — afirma Morgado.

O atendimento na unidade, um investimento de R\$ 25 milhões, será feito por 160 funcionários. No Brasil desde 1998, a rede tem lojas em São Paulo, Rio de Janeiro, Paraná, Goiás e Minas Gerais, além do Distrito Federal.

PUBLICIDADE

Não esqueça: você não precisa mais se lembrar de senhas.

HSBC Bank Brasil S.A. - Banco Múltiplo

Instale o Direct Token no seu celular e tenha mais segurança e comodidade.

- Receba novas senhas quando precisar.
- Faça transações financeiras pelo celular.
- Efetue saques sem cartão de débito.

hsbedirect.com.br

HSBC  **Direct.**
Direto como você

ANEXO 11 - TEXTO 11

Data: 19/09/2010

Título: Milhões que trazem bilhões

Editoria: Caderno Dinheiro



MILHÕES QUE TRAZEM BILHÕES

CAIO CIGANA

Com o corte da fita inaugural programado para os próximos dias, três empreendimentos podem valer mais pelos bilhões que devem trazer à economia gaúcha no avanço dos negócios do que pelos milhões investidos até agora na construção.

Em Trindade, a Braskem apresenta na sexta-feira a sua planta de eteno verde – matéria-prima para resinas plásticas produzida com etanol de cana-de-açúcar. A unidade pode ser ampliada nos próximos anos devido ao interesse global pelo novo produto. Além da resina que sairá do polo gaúcho – polietileno –, a empresa prepara novo investimento para oferecer outro tipo de material, o polipropileno verde.

O vice-presidente de petroquímicos básicos da Braskem, Manoel Carnath, espera a aprovação dos novos projetos em até 12 meses – por cautela, prefere não assegurar que o Estado está no páreo.

– O Rio Grande do Sul passa a ser o centro das atenções da química sustentável. Desde agosto temos pelo menos duas visitas de clientes dos quatro cantos do mundo por semana – diz Carnath, lembrando ainda o incentivo à produção de cana pelo projeto.

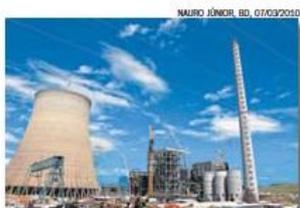
Em Rio Grande é onde o petróleo do pré-sal respinga no Estado. A inauguração do Estaleiro Rio Grande, pré-agendada para 15 de outubro, simboliza a consolidação do polo naval gaúcho. Com a montagem da P-55 em marcha, o estaleiro terá como principal desafio a construção de oito cascos de plataformas para a Petrobras, uma encomenda que beira os US\$ 3,7 bilhões.

– Temos ainda o estaleiro da Quip, que pode finalizar as plataformas a partir dos cascos, e o do grupo Wilson, Sons, para embarcações de apoio. Os três são complementares e devem movimentar bilhões de dólares e dezenas de milhares de empregos – prevê Marcelo Domingues, professor da Universidade Federal do Rio Grande (FURG) e coordenador do projeto de diagnóstico sobre o polo naval.

Ainda na Metade Sul, o aproveitamento da riqueza adormecida do carvão ganha uma centelha de esperança com o início da geração da usina de Candiota 3.

A termelétrica, um sonho de mais de duas décadas, entra em operação comercial no fim de outubro. Com a promessa de baixo impacto ambiental, vai gerar em Candiota energia suficiente para iluminar uma cidade de 1 milhão de habitantes. Dona da usina, a estatal Companhia de Geração Térmica de Energia Elétrica (CGTEE) trabalha agora em um estudo para outra térmica que produziria até 700 megawatts (MW), ao custo de R\$ 1,5 bilhão.

caio.cigana@zerohora.com.br



MAURO JÚNIOR, BD, 07/03/2010

Candiota 3

Investimento até agora de R\$ 1,3 bilhão para gerar 350 MW

O QUE PODE VIR POR AÍ

> A CGTEE tem plano de construir a Fase D de Candiota. A usina teria investimento de R\$ 1,5 bilhão para produzir entre 600 MW e 700 MW

> Candiota 3 induziu ainda investimento de R\$ 80 milhões da Companhia Riograndense de Mineração para dobrar o fornecimento de carvão de 1,6 milhão para 3,3 milhões de toneladas por ano



MARCELO KRAMER, BRASLEM, DIVULGAÇÃO

Planta de plástico verde

Investimento de R\$ 500 milhões para produzir 200 mil toneladas por ano de plástico verde

O QUE PODE VIR POR AÍ

> Provável ampliação das unidades de plástico verde para atender à crescente demanda

> Possível novo investimento para produzir polipropileno verde

> Incentivo ao plantio de cana-de-açúcar no Estado



VINÍCIUS COSTA, ESPECIAL, BD, 28/04/2009

Estaleiro Rio Grande

Investimento de R\$ 750 milhões para a construção do estaleiro

O QUE PODE VIR POR AÍ

> Estaleiro Rio Grande 2, em fase de licenciamento, com investimento de R\$ 243 milhões

> Oito cascos de plataformas, contratos estimados em US\$ 3,5 bilhões

> Concorrência para a construção de navios-sonda no valor de US\$ 6,3 bilhões

Como avaliar a oferta de ações da Petrobras

PÁGINAS 4 a 6

A convergência das mídias no RBS Debates

PÁGINA 7

ANEXO 12- TEXTO 12

Data: 20/09/2010

Título: O plástico da Cana

Editoria: Caderno Nosso Mundo Sustentável

NOSSO MUNDO

SUSTENTÁVEL



SOUZA CRUZ



ZERO HORA SEGUNDA-FEIRA, 20 DE SETEMBRO DE 2010

ANO 1 Nº 30



Especial

O plástico

da cana

A Braskem inaugura sexta-feira, em Triunfo (RS), sua planta de polietileno verde, a primeira do mundo a produzir em grande quantidade e a baixo custo o plástico de origem renovável. O Nosso Mundo mostra, nesta edição especial, a cadeia econômica e científica que a nova fábrica da empresa passa a movimentar a partir de agora

JULIANA BUBLITZ

A partir desta sexta-feira, dia 24, o Rio Grande do Sul dá um grande salto rumo à sustentabilidade. Depois de um ano e quatro meses em obras, começa a operar, no Polo Petroquímico de Triunfo, a cerca de cem quilômetros de Porto Alegre, a primeira fábrica do mundo capaz de produzir o polietileno verde – apelidado de plástico verde – em escala industrial.

Amparada no que há de mais moderno no setor, a Braskem passa a transformar o etanol da cana-de-açúcar em resina para produtos plásticos. Como resultado, a empresa alça o Estado à categoria de protagonista mundial na produção

de polietileno com matéria-prima 100% renovável – uma tecnologia que desperta o interesse de empresários, gestores públicos e pesquisadores ao redor do planeta.

Embora os passos para a produção do polietileno a partir do etanol fossem conhecidos há pelo menos quatro décadas, a Braskem descobriu a fórmula certa para dar ao produto um grau de pureza inigualável e a capacidade de originar qualquer tipo de material plástico. Isso faz com que a planta gátscha seja não apenas pioneira, mas também sirva de modelo para as outras que, muito provavelmente, começarão a ser cons-

truídas no país e no Exterior.

Explore, nesta edição do Nosso Mundo, os detalhes da unidade que será inaugurada em Triunfo, além de panorama do etanol no Brasil e as perspectivas do passo além que está sendo dado no setor plástico – o desenvolvimento do polietileno renovável, resina utilizada em produtos que exigem mais resistência, como partes internas de veículos, geladeiras e micro-ondas.

Tudo isso para dar à novidade a solenidade que merece: nasce hoje, afinal, o plástico verde gátscha.

Unidade gátscha servirá de modelo para a construção de fábricas de eteno verde

juliana.bublitz@mrhora.com.br

ANEXO 13 - TEXTO 13

Data: 20/09/2010

Título: A matéria-prima: uma segunda geração para o etanol

Editoria: Caderno Nosso Mundo Sustentável

ZII www.zerohora.com/nossomundosustentavel

A MATÉRIA-PRIMA Uma segunda geração para o etanol

Especialistas investem na pesquisa para o desenvolvimento do etanol celulósico




Com cerca de 18% do território ocupado por lavouras, o Brasil é o segundo maior produtor de cana-de-açúcar no mundo. Mas especialistas acreditam que a produtividade pode ser aumentada em até 30% em alguns anos, graças ao desenvolvimento de variedades de cana-de-açúcar mais produtivas.

Esperamos a introdução de variedades de cana-de-açúcar que tenham características de crescimento mais rápido, maior produtividade e resistência a pragas e doenças, para que a produção seja mais sustentável e rentável.

A área de produção de cana-de-açúcar no Brasil é de cerca de 20 milhões de hectares, com uma produção anual de cerca de 1,2 bilhões de toneladas de cana-de-açúcar. Isso representa cerca de 15% da produção mundial de cana-de-açúcar.

Apesar de a cana-de-açúcar ser a principal matéria-prima para a produção de etanol no Brasil, ela não é a única. Outros tipos de plantas, como o milho e a mandioca, também são usados para a produção de etanol.

Uma das principais vantagens da cana-de-açúcar é a sua capacidade de armazenar energia durante o crescimento. Isso significa que a cana-de-açúcar pode ser colhida e armazenada por longos períodos de tempo antes de ser processada em etanol.

Além disso, a cana-de-açúcar é uma planta que cresce rapidamente e pode ser colhida várias vezes ao ano. Isso torna a cana-de-açúcar uma opção muito mais sustentável do que outros tipos de plantas usadas para a produção de etanol.

Os pesquisadores acreditam que, com o desenvolvimento de variedades de cana-de-açúcar mais produtivas, será possível aumentar a produção de etanol no Brasil em até 30% em alguns anos. Isso ajudaria a reduzir a dependência do Brasil em relação a outros países para a produção de etanol e tornaria o Brasil um dos maiores produtores de etanol do mundo.

A PRONTIDÃO DE CANA NO BRASIL

A região Centro-Sul é a mais produtiva do país, com cerca de 80% das plantações. Aumento da produtividade de matéria-prima é de cerca de 80 toneladas por hectare de plantação.

OS NÚMEROS NO BRASIL

O Brasil é o segundo maior produtor do mundo, atrás somente dos Estados Unidos.

4 áreas plantadas no Brasil, de acordo com o IBRA (Instituto Brasileiro de Açúcar e Alcool). 8 milhões de toneladas anuais de cana-de-açúcar.

Desde a primeira colheita da cana-de-açúcar no Brasil, em 1840, o país produz mais de 30 bilhões de litros de etanol.

No total, a produção de cana-de-açúcar no Brasil é de cerca de 1,2 bilhões de toneladas anuais, com uma produção de cerca de 2,5 bilhões de litros de etanol.

Para isso, os produtores usam cerca de 135 milhões de toneladas de cana-de-açúcar.

O ETANOL CELULÓSICO

É a segunda geração do etanol. Pode ser produzido a partir de resíduos de cana-de-açúcar e outros tipos de plantas. É considerado uma opção mais sustentável do que o etanol produzido a partir de cana-de-açúcar.

OS GANHOS

Com o colheito de uma tonelada de cana-de-açúcar, são produzidos 86 litros de etanol.

Se essa quantidade de etanol for usada para a produção de energia, ela pode gerar cerca de 122 litros de energia.

Essa quantidade de energia é suficiente para produzir cerca de 41,8% da energia necessária para a produção de etanol.

Além da produção de etanol, os produtores também produzem cerca de 135 quilos de bagaço por tonelada de cana-de-açúcar.

Essa quantidade de bagaço pode ser usada para a produção de energia ou para outros fins.

Em média, a produção de etanol a partir de cana-de-açúcar gera cerca de 122 litros de energia por tonelada de cana-de-açúcar.

Essa quantidade de energia é suficiente para produzir cerca de 41,8% da energia necessária para a produção de etanol.

Além disso, a produção de etanol a partir de cana-de-açúcar também gera cerca de 135 quilos de bagaço por tonelada de cana-de-açúcar.

Essa quantidade de bagaço pode ser usada para a produção de energia ou para outros fins.

Em média, a produção de etanol a partir de cana-de-açúcar gera cerca de 122 litros de energia por tonelada de cana-de-açúcar.

Essa quantidade de energia é suficiente para produzir cerca de 41,8% da energia necessária para a produção de etanol.

Além disso, a produção de etanol a partir de cana-de-açúcar também gera cerca de 135 quilos de bagaço por tonelada de cana-de-açúcar.

Essa quantidade de bagaço pode ser usada para a produção de energia ou para outros fins.

Em média, a produção de etanol a partir de cana-de-açúcar gera cerca de 122 litros de energia por tonelada de cana-de-açúcar.

Essa quantidade de energia é suficiente para produzir cerca de 41,8% da energia necessária para a produção de etanol.

ANEXO 16 - TEXTO 16

Data: 20/09/2010

Título: O Futuro – No caminho do polipropileno verde

Editoria: Caderno Nosso Mundo Sustentável


www.zerohora.com/nossomundosustentavel

O FUTURO

No caminho do polipropileno verde




Depois de desvendar a fórmula exata para produzir em escala industrial o polietileno 100% renovável, a Braskem investe agora na versão verde de um outro polímero, com um nome semelhante e centenas de aplicações.

Trata-se do polipropileno verde – ou PP verde –, uma resina ainda mais resistente a impactos, ideal para revestir peças de veículos e eletrodomésticos.

Disposta a tornar realidade a produção em grandes proporções do PP verde e a ampliar ainda mais o leque de produtos sustentáveis, a Braskem firmou convênio de R\$ 9 milhões com a Unicamp e com a Fundação de Amparo à Pesquisa de São Paulo (Fapesp) em 2008. Desde então, pes-

quisadores trabalham para encontrar a maneira mais barata e eficaz de tornar o projeto realidade.

Para acelerar o processo, no início deste mês, a Braskem anunciou uma nova parceria. Desde o dia 1º, estudiosos da empresa e da Unicamp contam com a estrutura e o conhecimento dos cientistas do Laboratório Nacional de Ciência e Tecnologia do Bioetanol (LNBio), em Campinas.

– Estamos buscando uma nova tecnologia, que seguramente será uma ruptura de paradigmas – afirma o diretor de Competitividade e Inovação da Divisão Polímeros da Braskem, Antônio Queiroz.

O desafio imposto nada tem de

modesto. Há dois anos, segundo o professor Gonçalo Guimarães Pereira, chefe do Departamento de Genética da Unicamp, os cientistas isolam microorganismos vivos e alteram seus genes para que passem a produzir propeno – cujas moléculas compõem o polipropileno.

– Com a ajuda da biotecnologia, estamos criando novos organismos com a capacidade de fazer produtos renováveis que a natureza, até então, não era capaz de fazer – explica Pereira.

A expectativa da Braskem é que, em até cinco anos, o processo esteja desvendado e possa ser, finalmente, aplicado em escala industrial.

AS APLICAÇÕES
O polipropileno é uma resina cujas características são o baixo custo, a alta resistência ao impacto e à fratura por flexão ou fadiga, e a facilidade de coloração e moldagem. É encontrada em produtos da linha branca, em partes internas e externas de carros, material de construção civil, brinquedos, copos descartáveis, canetas esferográficas, recipientes para alimentos e remédios, entre outros.

A DIFERENÇA ENTRE O POLIPROPILENO E O POLIETILENO

(C3H6)_n

> Em termos químicos, o polipropileno é composto por várias moléculas de propeno, todas com três carbonos.

> É mais resistente a impactos.

> É ele que está nos para-choques dos carros.

X

(C2H4)_n

> O polietileno é formado por moléculas de eteno, que tem apenas dois carbonos.

> É muito usado em embalagens flexíveis para alimentos.



O POLIPROPILENO VERDE (PP VERDE)
Embora seja possível obter polipropileno verde por meio de processos químicos e bioquímicos, os custos ainda são considerados muito altos. Para descobrir uma forma de produzir a resina em escala industrial, a baixo custo e com alta eficiência, a Braskem fechou parcerias com universidades, empresas e laboratórios. O processo ainda está em desenvolvimento.

A PRODUÇÃO DO PP-VERDE
A melhor forma de produzir PP verde ainda está sendo pesquisada. De um modo geral, a produção segue a seguinte lógica:

1

No laboratório, cientistas isolam um determinado micro-organismo, que pode ser levedura, bactéria ou fungo

2

Esse micro-organismo é modificado geneticamente para que fique apto a produzir propeno

3

Depois de modificado, ele é colocado em contato com uma solução que contenha glicose. Ela pode ser, entre outras opções, o caldo de cana

4

A partir do momento em que entra em contato com o açúcar, do qual se alimenta, o micro-organismo passa a produzir o propeno, formado por três moléculas de carbono

5

Vários propenos juntos formam o polipropileno, nesse caso, de origem 100% renovável

PLÁSTICO VERDE

NOSSO MUNDO SUSTENTÁVEL 20 DE SETEMBRO DE 2010

ANEXO 17 - TEXTO 17

Data: 23/09/2010

Título: Produto químico, trabalho humano

Editoria: Reportagem Especial

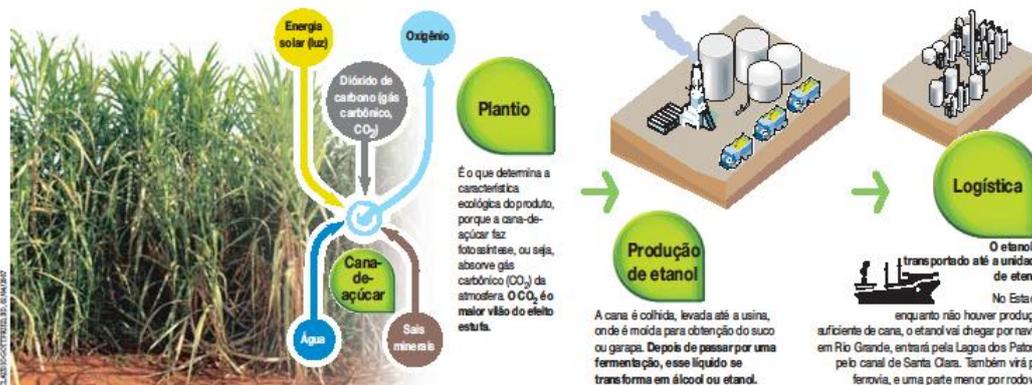
4

ZERO HORA QUINTA-FEIRA, 23 DE SETEMBRO DE 2010

Reportagem Especial

O QUE É O PLÁSTICO VERDE

A primeira resina para produtos como sacolas, frascos e pequenas peças feita a partir de matéria-prima 100% renovável será feita em Triunfo, no Rio Grande do Sul, com base no etanol de cana-de-açúcar.



PLÁSTICO VERDE

Produto químico, trabalho humano

Inauguração da unidade de resina verde da Braskem, amanhã, que contará com a presença do presidente Luiz Inácio Lula da Silva, coloca o Estado na vitrina da inovação e da tecnologia brasileira

MARTA SFREDO

A unidade de eteno verde que a Braskem inaugura amanhã em Triunfo muda o perfil do polo gácho, chamado de petroquímico desde sua implantação em 1982. Inverte ainda a lógica que criou o complexo, baseada em tecnologia adquirida no Exterior. A nova produção de matéria-prima para plásticos agora é nacional. Por permitir venda de tecnologia, vai colocar empresa e Estado na vitrina da inovação, do desenvolvimento próprio e do mercado global de processos de fabricação.

— É um negócio novo, que vai gerar futuras patentes — diz Antonio Morschbacher, gerente de tecnologia de biopolímeros da Braskem.

Registro de patentes é um dos principais indicadores do esforço inovador, no qual o Brasil é sempre desafiado a melhorar. No mais recente ranking da Organização Mundial de Propriedade Intelectual, a posi-



Equipe desenvolveu processo no Centro de Tecnologia e Inovação de Triunfo

ção nacional recuou de 24º para 25º entre 137 países. Uma resposta veio do esforço da equipe de oito engenheiros químicos e uma dúzia de operadores comandada por Morschbacher. A partir de 2003, resgataram a produção de PVC com álcool, que havia sido aplicada no início da década de 80, na Salgema — hoje unidade de cloro e soda da Braskem em Macaé.

Na época, incentivos do Proálcool permitiram transformar o combustível em mate-

rial usado em canos, portas e janelas, mas o processo foi abandonado. Com o avanço da preocupação ambiental, surgiu a retomada.

Foi preciso adaptar o processo, para reduzir em 10 vezes o teor de impurezas no etanol para trocar seu destino final do PVC para o polietileno. As mudanças na tecnologia dos anos 80 foram feitas no Centro de Tecnologia e Inovação em Triunfo para obter qualidade a custo razoável.

— Aplicamos principalmente capital hu-

mano e intelectual. Usamos alguns equipamentos e insumos importados, mas evoluímos e chegamos a uma tecnologia 100% brasileira, sobre a qual temos total liberdade de uso e venda — reforça Morschbacher.

Grandes empresas seguem caminho

João Luiz Zuñeda, diretor da MaxiQuim, consultoria do setor químico, destaca a mudança na importação de conhecimento que a unidade representa:

— É tecnologia desenvolvida no Brasil, e no polo de Triunfo, que foi implantado e ampliado com tecnologia comprada. A Braskem está saindo na frente, todas as grandes do setor estão apostando nos biopolímeros, como a Solvay, a Dow.

Em agosto, o presidente da Braskem, Bernardo Gradim, informou que a companhia é procurada por parceiros e até por governos de países para aplicar a tecnologia.

— Este é um momento especial para o Rio Grande do Sul, que se torna um centro de tecnologia sustentável. O mundo todo está olhando para isso, e o Estado passa a ter uma atividade de ponta — reforça Manoel Carnatuba, vice-presidente de petroquímicos básicos da Braskem.

marta.sfredo@zerohora.com.br

A resina

O eteno obtido do etanol passa por nova etapa, chamada de polimerização, para obter a resina conhecida como polietileno, que tem três tipos básicos – de alta densidade, baixa densidade e baixa densidade linear.



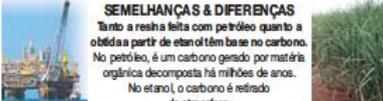
Produtos finais



Sacolas de supermercados, frascos de produtos de higiene e beleza, embalagens de alimentos e até tanques de combustível são feitos de polietileno.

SEMELHANÇAS & DIFERENÇAS

Tanto a resina feita com petróleo quanto a obtida a partir de etanol têm base no carbono. No petróleo, é um carbono gerado por matéria orgânica decomposta há milhões de anos. No etanol, o carbono é retirado da atmosfera.



ONDE VOCÊ VAI ENCONTRAR O PLÁSTICO VERDE
Produtos que levam a resina da Braskem ao mercado:

- Em brinquedos**

A Estrela usa polietileno verde em todas as partes plásticas da versão sustentável do jogo Banco Imobiliário.


- Em frascos**

Em outubro, a Natura lança embalagens de polietileno verde nos riffs do seu sabonete líquido de enva-doce.

No início de 2011, a Procter & Gamble terá frascos do xampu Pantene feitos de plástico verde. As linhas de maquiagem Max Factor e Cover Girl, que ainda não estão à venda no Brasil, também serão embaladas com a matéria-prima.

A partir do verão 2011/2012, toda a linha regular de protetores solares da Sundown virão em tubos do plástico verde.


- Em tampas**

No início de 2011, a Tetra Pak passa a fazer tampas verdes para suas embalagens longa vida, não só na matéria-prima, mas também na cor, para ressaltar a característica.


- Em saquinhos**

Filmes do Grupo Acimplas para embalar hortigranjeiros e carne passam a ter selo verde a partir deste mês.



Substituto do petróleo

Em operação desde o dia 3 de setembro, a fábrica da Braskem que será inaugurada pelo presidente Luiz Inácio Lula da Silva substitui o petróleo usado na base de produtos plásticos pelo etanol de cana-de-açúcar.

A unidade principal produz eteno, matéria-prima essencial de vários derivados, que na cadeia fóssil é alimentada pela nafta de petróleo. Essa planta, que não existia, partiu do zero para a operação plena em 23 meses.

A partir do eteno, vários derivados podem ser obtidos, conforme a aplicação. O primeiro a ser produzido é o polietileno, usado em embalagens e até tanques de combustível de automóveis. Como havia capacidade ociosa nas plantas da Braskem em Triunfo, foi possível fazer apenas adaptações para aproveitar

ao máximo seu limite e alcançar a produção de 200 mil toneladas ao ano.

– Provavelmente, em breve vamos estar falando sobre o aumento da capacidade dessa planta, isso sempre acontece – prevê o vice-presidente de petroquímicos básicos da Braskem, Manoel Carnatuba.

Em prazo menor, a Braskem planeja avançar para a produção de polipropileno verde, derivado com aplicações mais sofisticadas, como revestimento de eletroeletrônicos.

– Já temos a tecnologia, produzimos para testes, mas buscamos melhorias em custo e em perfil ambiental, porque o polipropileno tem mais emissões do que o polietileno – afirma Antonio Morschbacker, gerente de biopolímeros da Braskem.

Para o seu filho ler

Plástico de bem com o ambiente

O mundo inteiro vai olhar diferente para o Rio Grande do Sul amanhã. Será o dia em que começará no Estado a produção de um tipo especial de plástico. O material usado em sacolas de compras, tubos de xampus e cremes e até alguns brinquedos é normalmente feito de petróleo, o mesmo que se usa para fazer gasolina.

Uma fábrica instalada aqui no Estado vai trocar o petróleo por etanol de cana-de-açúcar, o mesmo dos carros. Como é de cana, pode ser plantada, colhida e plantada de novo.

Além disso, quando a plantação cresce retira do ar o gás carbônico, que os cientistas consideram um dos causadores do aumento da temperatura na Terra.



Para produzir tudo isso, a Braskem vai usar 450 milhões de litros de etanol por ano, que junto com a produção de outro derivado, o ETBE significará a duplicação do consumo de álcool no Estado.



Dia das Crianças
Economize no BIG e Nacional e ganhe muitos pontos extras!

Com estas ofertas você só tem a ganhar na compra dos presentes de dia das crianças. Venha conferir outras opções nas lojas:



140 Pontos Extras

Bonnie Bear 10 - Bandeirante (R\$110)



200 Pontos Extras

Barbie Moda e Magia - Mistral (R\$125,90)

Pontue suas compras nas lojas:

BIG Nacional

www.bomclube.com.br

Ofertas válidas de 23/09 a 12/10/2010 conforme a disponibilidade do produto. Os pontos extras são adquiridos na compra dos produtos e não para o resgate de prêmios.

ANEXO 18 - TEXTO 18

Data: 24/09/2010

Título: Era sustentável: Plástico verde transforma o Polo

Editoria: Capa

www.zerohora.com

CAPA PROMOCIONAL

A cor verde desta capa, da contracapa e da página 24 é uma ação publicitária da Braskem para marcar a inauguração da fábrica de plástico ecológico no Polo.

ZERO HORA

ANDRIGO, 15 ANOS, 5 MILHÕES DE EUROS
ESPORTES

DICAS DE CHEF QUE FAZEM SUCESSO
Gastronomia

Promessa do futebol negocia com o Inter

PORTO ALEGRE, SEXTA-FEIRA, 24 DE SETEMBRO DE 2010 - ANO 47 - Nº 16.457 - 2ª EDIÇÃO

SC/PR - R\$ 2,50/ DEMAIS REGIÕES - R\$ 3,50/ URUGUAI - \$ 48

R\$ 2,00

Supremo dividido adia decisão da Ficha Limpa

Após quase 11 horas de sessão, votação da lei que impede candidatura de políticos condenados foi suspensa com empate dos ministros em 5 a 5. **Página 16**

ERA SUSTENTÁVEL
Plástico verde transforma o Polo
Inauguração em Triunfo celebra hoje marco na indústria. **Página 24**

Câmara
O retrato da bancada gaúcha
Levantamento de ZH mostra como cada deputado usou verbas e quantas faltas teve.
PÁGINAS 6 E 7

Datafolha
Tarso abre 23 pontos sobre Fogaça e Yeda sobe 4
Instituto divulga pesquisa para Piratini e Senado.

Ana Amélia e Paim lideram a disputa ao Senado
Páginas 10, 14 e Rosane de Oliveira (12)

Chávez em campanha na Venezuela



Enviado Especial/Caracas
LEO GERCHMANN

Repórter de ZH acompanha na capital venezuelana as eleições legislativas que avaliam, neste domingo, os 11 anos de chavismo no poder. **Páginas 32 e 33**

Hoje, um grande sonho ganha vida no olhar de quem acredita no futuro.

CO₂

ANEXO 19 - TEXTO 19

Data: 24/09/2010

Título: Plástico Renovável – Polo gaúcho será mais verde

Editoria: Economia

24

Economia

ZERO HORA SEXTA-FEIRA, 24 DE SETEMBRO DE 2010

Editora executiva: Maria Isabel Hammes - 3218-4701
 Editora: Christianne Schmitt - 3218-4702
 Coordenador de produção: Jaime Silva - 3218-4756
 economia@zerohora.com.br

PLÁSTICO RENOVÁVEL

Polo gaúcho será mais verde

Além da primeira unidade de matéria-prima de etanol de cana, inaugurada hoje, outros projetos reforçam perfil ecológico

A inauguração da unidade de eteno verde hoje, em Triunfo, marca a produção industrial de plástico verde e a mudança de perfil do polo gaúcho.

É o primeiro passo do complexo petroquímico dos anos 80 no rumo da alcoolquímica, que dará ao Estado um novo projeto de resina renovável, além do lançado hoje.

Ontem, depois de apresentar à imprensa a unidade que será inaugurada pelo presidente Luiz Inácio Lula da Silva, o responsável pelo empreendimento de polímeros verdes da Braskem, Sérgio Luiz Gomes, disse já estar decidida uma unidade de propeno renovável no Estado. Será menor do que a de eteno, que vai produzir 200 mil toneladas ao ano. Além dessa, não há ainda definição sobre investimento, capacidade e prazo.

– Vamos fazer plantas integradas – afirmou Gomes, explicando que parte da estrutura inaugurada hoje poderá ser compartilhada com a próxima.

Eteno e propeno são duas diferentes matérias-primas da indústria de plásticos. O eteno dá origem ao polietileno, usado em sacolas plásticas, frascos e brinquedos. O propeno é a base do polipropileno, resina de preço mais elevado empregada em revestimento de eletrodomésticos e autopeças.

Também reforça o perfil mais renovável do polo gaúcho uma unidade de secagem de álcool de R\$ 25 milhões. Assim, a Braskem poderá deixar de comprar álcool anidro – usado na mistura da gasolina, mais caro – pelo hidratado – que abastece carros flex, mais barato – como matéria-prima do ETBE, um aditivo para automóveis. Somados, os investimentos que tornam o polo

gaúcho mais verde atingem R\$ 625 milhões (veja quadro ao lado).

Para abastecer as unidades que consomem etanol, a Braskem vai precisar de 600 milhões de litros do combustível por ano, o que duplicará o consumo no Estado. Como ainda não há produção local suficiente, a companhia está comprando em São Paulo, Paraná e Minas Gerais, informou o vice-presidente de petroquímicos básicos, Manoel Carnatiba. Com o governo do Estado e as federações da indústria (Fiegs) e da agricultura (Farsul), a Braskem atua no desenvolvimento da produção no Rio Grande do Sul.

– Sempre será um fator de decisão ter a matéria-prima ao lado. Se o Estado tiver oferta, fortalece sua posição para futuros investimentos, que terão como item de avaliação o fornecimento de álcool – afirmou Carnatiba.

Investimentos em Triunfo

O que torna o complexo mais renovável:

1 O que será inaugurado hoje
 Uma unidade de produção de eteno, matéria-prima para o polietileno, resina usada na fabricação de sacolas, frascos e brinquedos
 • Capacidade: 200 mil toneladas ao ano (1 ano)
 • Investimento: R\$ 500 milhões

2 O que foi aperfeiçoado
 Unidades de produção de polietileno, produto que a Braskem vende aos fabricantes de produtos plásticos
 • Capacidade: 200 mil toneladas
 • Investimento: R\$ 100 milhões

3 O que está em construção
 Uma unidade de secagem de álcool hidratado para abastecer a unidade de produção de ETBE, um aditivo para moleres
 • Capacidade: 150 milhões de litros ao ano
 • Investimento: R\$ 25 milhões

4 O que vem pela frente
 Unidade de produção de propeno, matéria-prima do polipropileno, resina usada na fabricação de revestimento de eletrodomésticos, peças para indústria e autopeças
 • Capacidade e investimento: ainda não definidos

O que é e como se faz

A primeira resina feita a partir de matéria-prima 100% renovável, com base no etanol de cana-de-açúcar, usada em produtos como sacolas, frascos e brinquedos:

1 Plantio

A fotossíntese feita pela cana-de-açúcar é responsável pela característica ecológica do produto. Para crescer, a cana absorve gás carbônico (CO₂) da atmosfera – o maior vilão do efeito estufa.

2 Produção de etanol

A cana é colhida, levada até a usina, onde é moída para obtenção do caldo. Esse líquido fermenta e se transforma em álcool ou etanol. O produto usado para fazer plástico verde é o mesmo usado para abastecer os carros flex.

3 A unidade de eteno

A instalação que será inaugurada hoje vai transformar o etanol em eteno, que é matéria-prima básica da indústria de plásticos. A transformação é feita por processos químicos e físicos.

4 A resina

Para ser vendida às fábricas de produtos plásticos, o eteno verde tem de ser transformado em resina. A primeira a ser vendida pela Braskem será o polietileno.

5 Os produtos finais

Sacolas de supermercados, frascos de produtos de higiene e beleza, embalagens de alimentos e até tanques de combustível.

Por que é verde

Por substituir o petróleo por etanol de cana-de-açúcar como matéria-prima. Cada quilo de plástico feito de petróleo causa emissão de gás carbônico de 2,5 quilos. Ao contrário, cada quilo de plástico verde representa a retirada de 2,5 quilos de gás carbônico da atmosfera.

Por que não é biodegradável

O único diferencial em relação ao normal, feito de petróleo, é a origem renovável. Nos demais aspectos, é exatamente igual, inclusive na decomposição, que demora centenas de anos, como o plástico comum.

A diferença entre petróleo e etanol

Petróleo: substância fóssil produzida a partir da decomposição de matéria orgânica durante a formação do planeta. É composta por restos de plantas e animais, como os dinossauros extintos, ou seja, não é renovável.

Etanol: combustível obtido por meio da fermentação do caldo de cana, que pode ser plantado, colhido e replantado, portanto é renovável.



Para reformar a matriz em São Paulo.
 Para renovar os estoques da filial no Rio de Janeiro.
 Para planejar uma nova unidade em Salvador.

Giro Fácil do HSBC*. Mais crédito para você investir na sua empresa em até 24 parcelas fixas mensais. Mais liberdade para encontrar novas oportunidades onde quer que elas estejam.

No HSBC, a gente sabe que conhecer o mundo é essencial para criar novas oportunidades para o seu negócio. Saiba mais em hsbc.com.br/empresas ou fale com seu gerente.

HSBC Bank Brasil S.A. - Banco Múltiplo *Sujeito a aprovação de crédito | SAC: 11535 0800 723 5277
 SAC HSBC: Deltacampus Curitiba 0800 721 5054 | Duque de Caxias 0800 721 3904 | hsb.com.br/hsbcbrasil



ANEXO 20 - TEXTO 20

Data: 25/09/2010

Título: Plástico verde atrai interesse estrangeiro

Editoria: CAPA

www.zerohora.com

ZERO HORA

REVELADO O TESOURO DE UM FOTÓGRAFO
CULTURA

PORTO ALEGRE, SÁBADO, 25 DE SETEMBRO DE 2010 - ANO 47 - Nº 16.458 SC/PR - R\$ 2,50/ DEMAIS REGIÕES - R\$ 3,50/ URUGUAI - \$ 48 R\$ 2,00

Plástico verde atrai interesse estrangeiro

Inauguração de unidade da Braskem no polo de Triunfo contou com executivo enviado do Japão pela Toyota, interessada em adotar resina verde nos veículos.

PÁGINA 24 E MARIA ISABEL HAMMES (28)

Guia ZH

Como lidar com as obras no Túnel

Caderno explica as alterações no trânsito, que começam hoje, e os próximos passos, que preveem bloqueio parcial no Túnel da Conceição a partir do dia 9

CADERNO ESPECIAL ENCARTADO NESTA EDIÇÃO

Justiça Concurso reúne 61 mil em sete cidades

PÁGINA 37

Capitalização Cresce fatia do governo na Petrobras

PÁGINAS 26, 27 e 30



Lula reforça comício de Dilma e Tarso



No Largo Glênio Peres, na Capital, presidente amenizou o tom depois de ataques à imprensa

Pesquisa Cai vantagem de Dilma no Ibope

Petista aparece com 50%, Serra 28% e Marina 12%.

Os rostos no Caminho até o Piratini

Mosaico de personagens como Laura, de Bagé, traduz os 31 dias da caravana.



Mudança 18 dias após apoio a Dilma, Simon adere a Marina

Páginas 4, 5, 8, 20 e Rosane de Oliveira (10)

ANEXO 21 - TEXTO 21

Data: 25/09/2010

Título: Plástico renovável – Toyota de olho em resinas verdes

Editoria: Economia

24

Economia

ZERO HORA SÁBADO, 25 DE SETEMBRO DE 2010

Editora executiva: Maria Isabel Hammes - 3218-4701
 Editora: Cristianne Schmitt - 3218-4702
 Coordenador de produção: Jaime Silva - 3218-4756
economia@zerohora.com.br



A planta alcoquímica localizada no Polo de Triunfo recebeu investimentos de R\$ 500 milhões e tem capacidade para produzir 200 mil toneladas de matéria-prima por ano

PLÁSTICO RENOVÁVEL

Toyota de olho em resinas verdes

Inauguração de unidade reforça interesse de estrangeiros em tecnologia desenvolvida pela Braskem no Rio Grande do Sul

MARTA SFREDO

Na celebração à tecnologia, à engenharia e à matéria-prima brasileira que marcou a inauguração da unidade de eteno verde da Braskem, ontem à tarde, no polo de Triunfo, o interesse estrangeiro indicou o alcance mundial da novidade. Entre os convidados, estavam dois executivos da Toyota Tsusho, Carlos Buyo, diretor no Brasil, e o gerente-geral do departamento de desenvolvimento de negócios, Shigeki Takai, que veio especialmente do Japão para a solenidade.

Além disso, o presidente da Braskem, Bernardo Gradim, confirmou que quatro países de diferentes continentes – Américas, Ásia e Europa – manifestaram intenção de construir plantas idênticas à concluída em Triunfo. Essas unidades, detalhou, podem ser abastecidas com etanol brasileiro, que tem a maior produtividade do mundo.

Trading ligada ao grupo que inclui a montadora de veículos, a Toyota Tsusho acompanha a evolução da pesquisa em renováveis da Braskem desde o início do desenvolvimento da rota tecnológica que culminou com a produção no Estado. Até o presidente Luiz Inácio Lula da Silva, depois de descer a placa comemorativa, mencionou a companhia japonesa ao dizer que esperava que um carro ecológico fosse montado com essas matérias-primas.

– Quando a Toyota fizer o carro,

certamente vai pintar de verde – disse o presidente, depois de fazer brincadeira sobre o adjetivo verde usado como sinônimo de ecológico e a cor original da resina, esbranquiçada.

Conforme Takai, com o polietileno verde que a Braskem já coloca no mercado, é possível avançar pouco na composição de um “carro verde”, embora a Toyota Tsusho seja a distribuidora da resina no Japão – um de seus principais destinos. No entanto, o executivo confirmou grande interesse do grupo na próxima etapa do desenvolvimento da química sustentável da Braskem, o polipropileno. Essa resina é usada em para-choques, no revestimento interno e em outras partes dos carros.

– Em cinco ou 10 anos, os carros da Toyota poderão ser equipados com peças feitas com essa resina verde – estimou Shigeki.

Uma unidade de propeno à base de etanol, que dá origem ao polipropileno ambicionado pela Toyota Tsusho, está prevista para ser construída, também em Triunfo. Mas os próximos passos da Braskem na química sustentável só devem ser anunciados oficialmente depois da reunião do conselho de administração, em 6 de outubro, avisou Gradim. Para firmar o avanço tecnológico e as novas oportunidades de negócio abertas pelo interesse no processo de produção, a Braskem também vai duplicar o número de pesquisadores da empresa, de 300 para 600, em quatro anos.

– Será a empresa privada com o maior número de pesquisadores – prometeu o executivo.

A unidade

- **R\$ 500 milhões** foi o investimento na planta de eteno verde
- **200 mil toneladas** é a capacidade de produção anual, tanto de eteno, um resumo básico, quanto do produto seguinte, o polietileno, que é vendido aos clientes da companhia
- **75%** da produção está contratada
- **85%** desse volume foi negociado com clientes estrangeiros
- **15%** desse volume foi negociado com clientes brasileiros
- **2,2 mil** pessoas trabalharam durante a obra
- **6 meses** foi o prazo de conclusão entre o início efetivo dos trabalhos e a conclusão
- **600 dias** é o prazo de operação, desde o início da construção até hoje, sem acidentes

BERNARDO GRADIM
presidente da Braskem

“
Esse é um momento histórico na trajetória inovadora brasileira.”

Desenvolvimento da cana está no foco do Estado

Impedida de participar da solenidade pela lei eleitoral, a governadora Yeda Crusius não passou em branco na inauguração da unidade de eteno verde da Braskem. Bernardo Gradim, presidente da companhia, fez questão de citar a governadora, que pela manhã recebeu a visita do alto comando do grupo controlador, Emilio Odebrecht, presidente do conselho de administração da Odebrecht, e Marcelo Odebrecht, presidente do grupo, visitaram Yeda com uma pauta definida: acelerar o cultivo da cana no Estado para permitir o abastecimento local das instalações.

Entre a unidade inaugurada ontem e a de produção de ETBE, um aditivo para motores de carros, o consumo da Braskem alcançará 570 milhões de litros de etanol ao ano, praticamente dobrando a demanda atual do Estado para abastecimento de veículos, de 600 milhões.

Nas contas do vice-presidente de petroquímicos básicos, Manoel Carnalha, o fornecimento para o eteno verde exigiria uma área de 65 mil hectares – cerca de 65 mil campos de futebol.

– Temos a expectativa de que empresas invistam no Rio Grande do Sul. A própria Cosan (maior fornecedora da Braskem) e outras podem investir aqui – afirmou Gradim.

Entre os convidados da solenidade estava José Carlos Grubisich, que iniciou o projeto no Estado quando presidia a Braskem e agora comanda a ETH Bioenergia, empresa da Odebrecht de produção de açúcar e álcool. Conforme o secretário de Desenvolvimento, Josué Barbosa, que preside o comitê criado para tornar o Estado autossuficiente em etanol até 2020, primeiro é preciso assegurar a expansão da área de cultivo para depois negociar projetos de produção de álcool.

O ETANOL NO RS

2%

é a proporção atual da produção local de etanol em relação ao consumo

1,17 bi

de litros ao ano será a demanda total entre abastecimento e a alcoolquímica

LEIA MAIS NA COLUNA INFORME ECONÔMICO NA PÁG.28