



## **Análise da cobertura da imprensa sobre a produção de biocombustíveis no Brasil**<sup>1</sup>

Camila Lourenço Barbosa Pastorelli Braga<sup>2</sup>  
Universidade Presbiteriana Mackenzie

### **Resumo**

A pesquisa pretende analisar a maneira como os grandes meios de comunicação tratam de assuntos ambientais, em especial da produção de biocombustíveis no Brasil. Para isso, foi escolhido o período de agosto de 2006 a março de 2007. Está em estudo desde o interesse dos editores em publicar tais notícias, passando pela linguagem utilizada – se os textos são exclusivos para *experts* ou também para leitores leigos – até a escolha das fontes, se é restritamente feita com fontes oficiais e cientistas.

### **Palavras-chave**

Biocombustíveis; Biodiesel; Jornalismo Ambiental

### **Introdução**

Este trabalho de Iniciação Científica propõe um olhar mais atento para a questão ambiental, tão recorrente nos dias de hoje em função das recentes catástrofes ao redor do planeta, como a onda de furacões que castigou a cidade de Nova Orleans, nos Estados Unidos, em agosto de 2005, e o maremoto que devastou grande parte do litoral da Ásia em dezembro do mesmo ano.

A questão, contudo, é mais profunda, pois é necessário estudar o olhar midiático, que só resolve se debruçar sobre questões relacionadas ao meio ambiente em função de grandes desastres, como os citados acima, ou quando algum ambientalista reconhecido morre – é o caso do assassinato de Chico Mendes no Acre, em dezembro de 1988, e da freira americana Dorothy Stang no Pará, em fevereiro de 2005; ou ainda, quando há eventos de importância internacional, como o ocorrido em junho de 1992, na chamada Eco-92, conferência sediada no Rio de Janeiro; e entre agosto e setembro de 2002, no Rio+10, encontro que aconteceu na África do Sul. Percebe-se que a história muda quando não há nenhum dos casos citados, ou seja, as pautas ambientais voltam para sua ocorrência normal, que corresponde a algumas notas nos principais cadernos dos jornais

---

<sup>1</sup> Apresentado no III Intercom Júnior – Jornada de Iniciação Científica em Comunicação.

<sup>2</sup> Aluna do 2º ano do curso de jornalismo da Universidade Presbiteriana Mackenzie, pesquisadora de Iniciação Científica pelo CNPq, orientada pelo professor André Cioli Tabora Santoro. Endereço eletrônico: lamica.br@gmail.com



e pouca reflexão nos cadernos que deveriam tratar dessas questões, como é o caso da editoria *Ciência na Folha de S. Paulo*.

### **Incidência de matérias na mídia**

É dentro desse contexto que esta pesquisa pretende caminhar, para isso foi estabelecido como objeto de estudo a produção de biocombustíveis no Brasil. Esse assunto, como pode ser verificado no decorrer do trabalho por meio da análise do material do jornal *Folha de S. Paulo*, começou a aparecer de forma ainda muito tímida no ano de 1994, com apenas uma matéria. Importante ressaltar que a origem dos biocombustíveis não é recente, Henry Ford já acreditava no etanol como forma de combustível, como mostra reportagem publicada recentemente pela revista *Veja*: “O Ford T de 1908 (...) funcionava tanto com etanol como com gasolina. Um subproduto desprezado do petróleo, a gasolina acabou prevalecendo devido ao preço, que era, então, irrisório.”<sup>3</sup>

Já o biodiesel é mais recente. No final de 1977, Expedito Parente, engenheiro químico e então professor da Universidade Federal do Ceará (UFC), teve a idéia de extrair óleo de sementes e misturá-lo com o álcool para obter combustível:

“Em apenas uma semana de trabalho em laboratório, sua idéia já fazia funcionar um motor com óleo extraído da semente do algodão. Acabara de inventar um combustível vegetal, não poluente – justamente quando o mundo tentava se adaptar aos efeitos devastadores do choque do petróleo.”<sup>4</sup>

O experimento chamou a atenção do governo militar, que até pediu a Parente que desenvolvesse “bioquerosene” para abastecer, sigilosamente, aviões da Força Aérea Brasileira (FAB). Só que depois disso, o presidente João Figueiredo simplesmente abandonou a idéia. “Agora, o governo voltou a se interessar pela invenção do professor. Ele passou a ser uma espécie de consultor informal para a área de biocombustíveis.”<sup>5</sup>

Verifica-se que entre os anos de 1994 e 2002 foram publicadas apenas 18 (dezoito) matérias relacionadas às palavras “biodiesel” e “biocombustível”. O crescimento do número de reportagens, em especial no ano de 2002, tem como principal

---

<sup>3</sup> *Veja*, 7 de março de 2007, p. 68

<sup>4</sup> *Idem*, p. 68

<sup>5</sup> *Idem*, p. 69



causa a campanha eleitoral de Lula que iniciou-se nesse ano, e teve como um dos seus principais projetos para o governo a forte iniciativa em relação ao biodiesel, que ainda era pouco explorado no país, e que, de acordo com ele, incentivaria o pequeno produtor e o trabalho familiar.

A partir daí, as matérias só se multiplicaram pelo jornal: no ano de 2003, 16 (dezesseis) notícias foram publicadas; em 2004, o número subiu para 55 (cinquenta e cinco); em 2005, houve 85 (oitenta e cinco) matérias sobre o tema; em 2006, 185 (cento e oitenta e cinco); e no presente ano de 2007, até março, foram publicadas 95 (noventa e cinco) notícias relacionadas ao tema. Pode-se perceber que há uma relação entre a eleição de Lula e a ocorrência de matérias sobre biocombustíveis na mídia.

É necessário lembrar também, que com a expectativa da vinda de George W. Bush ao Brasil, em março de 2007, a imprensa, de forma geral, se mostrou bastante interessada na produção energética dos biocombustíveis, em especial, do etanol – proveniente da cana-de-açúcar, no caso brasileiro; e do milho, no caso norte-americano. Por isso, o número de matérias aumentou significativamente nos últimos meses de 2006 e no início de 2007.

A cobertura da mídia nesse período foi “eufórica”, como comenta Marcelo Beraba, ex-ombudsman da *Folha de S. Paulo*, em um de seus textos dominicais no veículo. Na opinião de Beraba, não houve grande análise nas matérias, uma vez que o ponto de vista das fontes citadas era sempre o mesmo, conseqüentemente semelhante ao do governo:

“De 89 textos (reportagens, notas, artigos e editoriais) que analisei, 30 se referiam de alguma maneira ao etanol. Praticamente todos tinham o mesmo ponto de vista, de que o biocombustível será a saída econômica para o Brasil e, quiçá, para a humanidade. Independentemente das divergências com os Estados Unidos em relação à taxaço do álcool exportado pelo Brasil, a maioria absoluta dos textos não abriu espaço para os questionamentos de economistas, agricultores e ambientalistas que têm objeções à expansão desmesurada da exploração da cana-de-açúcar para a fabricação do álcool. “Há uma euforia no governo”, registrou uma das reportagens da Folha. Pode-se dizer que o ânimo é o mesmo na imprensa. Encontrei pouquíssimos registros de opiniões divergentes, céticas ou, pelo menos, preocupadas com a tal euforia.”<sup>6</sup>

---

<sup>6</sup> Disponível em <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/ombudsma/om1103200701.htm> (acesso em 27 maio de 2007)



A maneira que a Folha trabalhou o tema, observada por Beraba, é exatamente oposta ao que se convencionou como ideal, dentro do tratamento de matérias ecológicas e científicas em geral. No livro de Manuel Calvo Hernando, é citado um dos estudos de Dorothy Nelkins, professora do Departamento de Sociologia da New York University. Para ela, há necessidade de se buscar um leque diversificado de fontes para composição das matérias, já que a diversificação de opiniões e pontos de vista é que esclarece o leitor e o faz compreender de forma completa o assunto tratado pelo jornal, em especial as questões ambientais: “Las normas profesionales de imparcialidad y objetividad impulsan a los periodistas a buscar un equilibrio entre las diferentes opiniones para ofrecer igualdad de oportunidades a los defensores y a los críticos (...)”<sup>7</sup>

Com a observação da carência de veículos que tratassem de forma mais completa de matérias sobre meio ambiente, criou-se uma especialização por parte dos jornalistas, formando o que podemos chamar de ecojornalismo ou jornalismo ambiental. Para Roberto Villar Belmonte: “O Jornalismo Ambiental é uma especialização do jornalismo, com todas as regras gerais da profissão. A reportagem de meio ambiente tem que ser ‘vendida’ como qualquer outra matéria.”<sup>8</sup>

Segundo André Trigueiro, “Uma das premissas do jornalismo ambiental é perceber a realidade que nos cerca de um ângulo mais abrangente, privilegiando a qualidade de vida no planeta e do planeta.”<sup>9</sup>

Na mídia não especializada, na qual são tratados assuntos diversos, para assim, atrair um maior número de receptores, as notícias ecológicas não ganham o devido destaque, nem aqueles que defendem a causa são tratados com seriedade, como discursa Belmonte :

“Os grandes grupos de comunicação do país sabem que não podem ignorar a questão ambiental, meramente por uma questão de mercado, e por isso fazem pequenas concessões, abrindo janelas periféricas aqui e ali. No entanto, mantêm o jornalismo ambiental com um status marginal. E o jornalista que se especializa é rapidamente tachado de ecochato ou ecologista, minando a credibilidade do profissional. Principalmente quando começa a discutir com profundidade as questões ecológicas e denunciar grandes empresas poluidoras.”<sup>10</sup>

---

<sup>7</sup> HERNANDO, 1992, p.71

<sup>8</sup> BELMONTE, 1997

<sup>9</sup> TRIGUEIRO, 2003, p. 75

<sup>10</sup> BELMONTE, 1997



A respeito desse assunto, Jane Magali Rocha Alves destaca:

“A imprensa brasileira dificilmente trata dos problemas ambientais com profundidade e clareza na pauta da discussões públicas, geralmente, ganham enfoques superficiais ou distorcidos, por vezes ganham destaque as ‘Ecocatástrofes’, por meio do terrorismo de manchetes de uma ‘natureza na UTI’, isto é, ressaltam a ecologia sob a face do medo veiculado.”<sup>11</sup>

Outro aspecto observado durante a pesquisa é em relação à linguagem utilizada pelos veículos. Tem-se como prioridade na produção de matérias científicas, que a linguagem usada pelo jornalista consiga conciliar o leitor leigo - porém interessado em ciência - e, ao mesmo tempo, o leitor mais especializado no assunto.

Não se trata da banalização do assunto, uma vez que entende-se que “a simplificação levada a um extremo pode alienar os leitores.”<sup>12</sup>

Contudo, é imprescindível que o jornalista científico mantenha seu papel para poder envolver o leitor, incentivando-o para uma participação mais consciente na sociedade: “El periodista debe ser, al mismo tiempo, portavoz de la sociedad (representante del público) y educador (en um determinado nível) de esa misma sociedad.”<sup>13</sup>

Na opinião do jornalista André Trigueiro:

“O desafio [do jornalista] é traduzir, sem prejuízos da informação, as descobertas que emergem dos meios acadêmicos e científicos, evitando o risco de ser irritantemente didático e talvez até pedante. Há excessos dos dois lados: o cientificismo trabalha em favor da vaidade intelectual dos que detêm a informação e seguem a velha receita do ‘falar bem é falar difícil’ (...) Na outra ponta, a simplificação dos conceitos, que facilita a vida do jornalista, pode comprometer a essência da informação que se quer divulgar.”<sup>14</sup>

---

<sup>11</sup> ALVES, 2002

<sup>12</sup> BURKETT, p. 40

<sup>13</sup> HERNANDO, p. 53

<sup>14</sup> TRIGUEIRO, p. 78



## Teorias jornalísticas

Em relação às teorias da comunicação, foram desenvolvidos estudos mais aprofundados, a partir dos anos 40, a respeito do poder de persuasão dos meios de comunicação, e da capacidade de assimilação dos conteúdos pelo público. Uma forma de complementar a chamada “teoria hipodérmica” – que dava como certos os efeitos da apreensão das mensagens enviadas pelas fontes midiáticas aos receptores.

Entre os estudos conhecidos, se destaca o de Hyman e Sheatsley, citado no livro de Mauro Wolf, “Teorias da Comunicação”, que pode ajudar a explicar o porquê da fraca abordagem ambiental nos grandes veículos de comunicação. A explicação se refere ao interesse do público em obter informação: “A existência de uma parte do público que não possui qualquer conhecimento sobre os assuntos tratados numa campanha, está relacionada com o interesse e a motivação em informar-se.”<sup>15</sup>

Entretanto, existe uma grande parte do público que não se interessa por um determinado assunto e, por isso, não procura matérias relacionadas a ele. Por consequência, os meios de comunicação também não produzem matérias sobre o assunto, fazendo com que cada vez menos se tenha à disposição informações referentes ao tema que se quer conhecer ou discutir:

“Escassez de interesse e de motivação por certos temas, dificuldade de acesso à própria informação, apatia social ou outras causas, podem, ainda, estar na origem de tais situações (...) Se aqueles que manifestam interesse por determinado assunto, o fazem depois de a ele terem sido expostos, aqueles que se mostram desinteressados e desinformados, fazem-no porque nunca foram expostos à informação referente a esse mesmo assunto.”<sup>16</sup>

Por isso, quando se fala em meio ambiente, é necessário, como diz Zysman Neiman, “o uso deliberado da linguagem para persuadir, para uma demonstração de soluções práticas, com maior apelo perante a opinião pública. Aquilo que não pode ser mostrado para a população não é percebido como um problema.”<sup>17</sup>

---

<sup>15</sup> 1987, p. 31

<sup>16</sup> Idem

<sup>17</sup> NEIMAN, 2002, p. 71



## Referências bibliográficas

### Livros:

BURKETT, Warren. **Jornalismo científico**: como escrever sobre ciência, medicina e alta tecnologia para os meios de comunicação. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1990.

HERNANDO, Manuel Calvo. **Periodismo científico**. 2. ed. rev. ; ampl. Madrid: Paraninfo, 1992.

NEIMAN, Zysman. (coord.). **Meio Ambiente, Educação e Ecoturismo**. São Paulo: Manole, 2002.

TRIGUEIRO, André (coord.). **Meio Ambiente no século 21**: 21 especialistas falam da questão ambiental nas suas áreas de conhecimento. Rio de Janeiro: Sexante, 2003.

WOLF, Mauro. **Teorias da Comunicação**. Lisboa: Presença, 1987.

### Artigos:

ALVES, Jane Magali Rocha. O papel da mídia na informação ambiental. In: XXV CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO. Intercom, 2002. Salvador, BA.

BELMONTE, Roberto Villar. Jornalismo Ambiental – Evolução e Perspectivas. In: SEMINÁRIO “IMPrensa E PANTANAL”. 1997. Campo Grande, MS.

### Veículos de comunicação:

BERABA, Marcelo. Bush e as fontes alternativas. **Folha de S. Paulo**, 11 de março de 2007. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/ombudsma/om1103200701.htm/> Acesso em: 27 de maio de 2007

BRITO, Ricardo. “Eu vi a molécula!”. **Veja**, São Paulo, ano 48, n.9, p.68-69, 7 de março de 2007.



DWECK, Denise e FAVARO, Thomaz. O nosso é real, o de Bush é blábláblá. **Veja**, São Paulo, ano 48, n.9, p. 68, 7 de março de 2007.