

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

REGES SCHWAAB

**UMA ECOLOGIA DO JORNALISMO:
o valor do verde no saber dizer das revistas da Abril**

Tese de Doutorado

Porto Alegre, RS

2011

REGES SCHWAAB

**UMA ECOLOGIA DO JORNALISMO:
o valor do verde no saber dizer das revistas da Abril**

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação, da Universidade Federal do Rio Grande do Sul - PPGCOM/UFRGS, como requisito parcial para obtenção do grau de Doutor em Comunicação e Informação.

Orientação: Professora doutora Karla Maria Müller

Porto Alegre, RS

2011

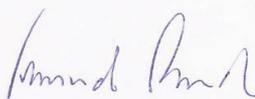


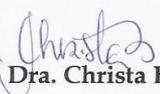
ATA Nº 02/2011

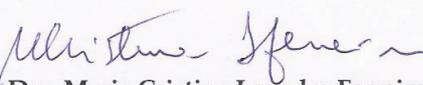
DEFESA DE TESE DE DOUTORADO

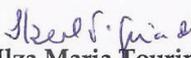
Aos dezoito dias do mês de março do ano de dois mil e onze, às quatorze horas, no auditório 2 da FABICO, ocorreu em sessão pública a defesa da Tese de **REGES TONI SCHWAAB**, intitulada "*UMA ECOLOGIA DO JORNALISMO: o valor do verde no saber dizer das revistas da Abril*", como um dos requisitos ao grau de Doutor em Comunicação e Informação. A sessão foi presidida pela orientadora, Prof. Dra. **Karla M. Müller**. A Banca Examinadora foi integrada pelos professores **Dr. Fernando Rezende** (UFF), **Dra. Christa Berger** (UNISINOS), **Dra. Maria Cristina Leandro Ferreira** (PPGLetras/UFRGS) e **Dra. Ilza Maria Tourinho Girardi** (UFRGS). Após a arguição, os examinadores se reuniram para avaliar a Tese, considerando-a **APROVADA** com conceito final A, resultado dos conceitos atribuídos pelos examinadores, especificamente: Dr. Fernando Rezende (conceito A), Dra. Christa Berger (conceito A), Dra. Maria Cristina Leandro Ferreira (conceito A) e Dra. Ilza Maria Tourinho Girardi (conceito A). A concessão do título de doutor só estará em plena validade após terem sido preenchidos todos os demais requisitos para a concessão do título, no prazo de noventa dias, conforme previsto no regimento do curso e na legislação superior pertinente e a homologação da presente tese pela Comissão de Pós-Graduação. Nada mais havendo a tratar, a sessão foi encerrada às dezoito horas, sendo lavrada a presente ata, que, após lida e aprovada, foi assinada pela orientadora e pelos integrantes da Banca Examinadora.


Prof. Dra. Karla M. Müller


Prof. Dr. Fernando Rezende


Prof. Dra. Christa Berger


Prof. Dra. Maria Cristina Leandro Ferreira


Prof. Dra. Ilza Maria Tourinho Girardi

AGRADECIMENTOS

No fundo, são misturas. Misturam-se as almas nas coisas; misturam-se as coisas nas almas. Misturam-se as vidas e eis como as pessoas e as coisas misturadas saem, cada uma, das suas esferas e se misturam: o que é precisamente o contrato e a troca.

Marcel Mauss, *Ensaio sobre a Dádiva*

Karla Müller, orientadora, registro aqui minha gratidão pela confiança ininterrupta, pelo afeto, por todas as oportunidades proporcionadas e pela dedicação para tudo ser cumprido sempre da melhor forma.

Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação, pela aposta no projeto, muito especialmente professoras Maria Helena Weber e Sônia Caregnato, da Comissão Coordenadora, pelo diálogo aberto. Da mesma forma, Marco Fronchetti e Josi Lima, que não foram apenas secretários atentos, mas incentivadores e amigos.

Um conjunto singular de professores teve participação efetiva para que este ciclo fosse completo: Ilza Girardi, parceira generosa de muitos trabalhos, Fernando Resende, Maria Cristina Leandro Ferreira, Marcia Benetti, Maria Helena Weber, Christa Berger, Virginia Fonseca, Nara Magalhães, Nilda Jacks, Miriam Rossini. Meu sincero obrigado pelos momentos em sala de aula, bancas, seminários, grupos de pesquisa, conversas.

Colegas e amigos foram importante presença. Fred Tavares, Carine Massierer e Eloisa Loose, agradeço pela troca de ideias e a possibilidade de produção conjunta. Maria Patrícia Téllez Garzón, Marcia Veiga, Angelo Adami, Lourdes Silva, Marcia Anselmo, Ivan Bomfim Pereira, Karine Moura Vieira, Adriana Moraginski, Luciano Correia, Renné França, Vera Raddatz, Janaine dos Santos, Melissa Bonotto, Cristóvão Almeida e Joel Guindani, obrigado

pelo privilégio do convívio. Família, o incentivo permanente foi de grande valor, sou muito grato. Colegas de Núcleo de Ecojornalistas do Rio Grande do Sul, pela possibilidade de ser parte.

Uma das riquezas da experiência como bolsista de Doutorado foi o contato com alunos da Graduação em Comunicação na FABICO/UFRGS, seja em estágios de docência, em bancas de monografia ou em palestras. Obrigado pela oportunidade de diálogo. Luiz Carlos Damasceno Júnior, meu reconhecimento pela confiança e pela troca instigante e motivadora durante a co-orientação do seu trabalho monográfico em Jornalismo.

Cruzando o Atlântico, professor Adriano Rodrigues, por sua acolhida fraterna quando do Estágio na Faculdade de Ciências Sociais e Humanas, na Universidade Nova de Lisboa, Portugal. Gonçalo Pereira Rosa e Luísa Schmidt, pesquisadores, pelo diálogo sobre suas investigações na área de jornalismo e ambiente. Renato Mendes, colega na UNL e jornalista brasileiro, amigo que ficou em Portugal, obrigado.

Durante o período de pesquisa, outras palavras foram de grande importância. A literatura abriu-se como universo a ser experimentado de perto. Por isso, Ana Pompermayer, Lehgau-Z Qarvalho, Camila Cornutti e Marco de Menezes são nomes que merecem menção especial também aqui.

Angela Zamin, a fundamental dualidade. Meu carinho e meu obrigado pela possibilidade da trajetória partilhada, pela cumplicidade, por fazer tudo ser pleno de sentido.

- O que andas a fazer com um caderno, escreves o quê?
- Nem sei pai. Escrevo conforme vou sonhando.
- E alguém vai ler isso?
- Talvez.

Mia Couto, *Terra Sonâmbula*

A pesquisa que deu origem a esta Tese teve financiamento da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – CAPES, por meio de bolsa de Doutorado. O estágio no exterior, na Universidade Nova de Lisboa, foi realizado com bolsa CAPES PDEE (Processo 2310-09-0).

RESUMO

A credibilidade em poder dizer, atribuída ao Jornalismo, é assumida no interior das práticas do Campo como elemento que autoriza um lugar de competência diante de problemáticas centrais da contemporaneidade, como a questão ambiental. No jornalismo de revista, enquanto manifestação perita do sistema jornalístico, explorar desdobramentos temáticos de um assunto conflituoso, ofertando dizeres utilitários, torna-se produtivo do ponto de vista editorial. As imagens institucionais e de si, acionadas no interior dos textos, entrelaçam projetos de mercado, reportagens especiais, Edições Verdes, Guias. A base empírica da presente investigação está no gesto de leitura de recortes extraídos de reportagens e textos editoriais de cinco revistas da Editora Abril, publicadas nos anos de 2007 e 2008, e que, sob a marca do Movimento Planeta Sustentável, apresentaram o tema meio ambiente como manchete de capa. A apreensão é de uma dupla emergência: do tema nas páginas das revistas e do jornalismo no tema. Na ordem das publicações, fala a vontade de legitimar uma mediação de entremeio, cujo efeito seja a resolução das ambivalências. Em seus textos, as revistas acionam uma relação de lugares, os seus, dos leitores, dos demais Campos Sociais, de forma a enunciar soluções. O estudo aborda uma ecologia do jornalismo a partir de noções-conceito da Análise do Discurso e das Teorias do Jornalismo, debatendo a inscrição discursiva das revistas da Abril no valor do verde para a constituição do seu lugar de saber dizer, em sintonia com o espírito da atualidade.

Palavras-Chave:

Jornalismo. Revistas. Discurso. Meio Ambiente. Editora Abril.

ABSTRACT

The credibility of giving accounts, attributed to Journalism, is claimed within the practices of the Field as an element that warrants a place of competence in face of contemporaneity central problems, such as the environmental issue. In magazine journalism, as an expert expression of the journalistic system, to explore thematic deployments of conflictual issues offering utilitarian words becomes productive from the editorial point of view. Institutional images and images of the magazine itself, operated within texts, intertwine market projects, special reports, Green Editions, Guides. The empirical base for this investigation is set in the reading of excerpts taken from feature stories and editorial texts from five of Editora Abril's magazines, published in the years 2007 and 2008, and that under the label Movimento Planeta Sustentável (Sustainable Planet Movement) presented the environmental theme as a front-page headline. The apprehension is of a double emergence: of the theme in the magazine pages and of journalism in the theme. Publication wise, the willing to legitimate an intervallic mediation, with the effect of resolving ambivalences, is communicated. In the texts, the magazines activate a relation of places, their own, of readers, of other Social Fields, in such a way as to enunciate solutions. The study approaches an ecology of journalism based on concept-notions from Discourse Analysis and Journalism Theories, discussing the discursive inscription of Abril's magazines concerning the green value to the constitution of a place of knowing to say, in tune with nowadays spirit.

Keywords:

Journalism. Magazines. Discourse. Environment. Editora Abril.

LISTA DE QUADROS

QUADRO 1	Síntese Domínio 1 – VEJA	105
QUADRO 2	Síntese Domínio 2 – SUPERINTERESSANTE	110
QUADRO 3	Síntese Domínio 3 – EXAME	115
QUADRO 4	Síntese Domínio 4 – NATIONAL GEOGRAPHIC	119
QUADRO 5	Síntese Domínio 5 – VIDA SIMPLES	124
QUADRO 6	Síntese para o lugar discursivo	127
QUADRO 7	Elaboração a partir das noções-conceito.....	128
QUADRO 8	Síntese PS 1	129
QUADRO 9	Síntese PS 2	131
QUADRO 10	Síntese PS 3	132
QUADRO 11	Síntese PS 4	133
QUADRO 12	Síntese PS 5	133
QUADRO 13	Marcas associadas aos lugares acionados e projetados nas reportagens	136

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

ILUSTRAÇÃO 1	Quadrinhos dos anos 10, André Dhamer	33
ILUSTRAÇÃO 2	Encontro Anual dos Donos do Mundo, André Dhamer.....	33
ILUSTRAÇÃO 3	Capas de edições de <i>The Ecologist</i> (2001), Superinteressante (2001), <i>Scientific American Brasil</i> (2005), <i>Galileu</i> (2005), <i>Caros Amigos Especial</i> (2005), <i>Galileu</i> (2006) e <i>Superinteressante</i> (2006)	80
ILUSTRAÇÃO 4	Capas de Edições Verdes pelo mundo	80
ILUSTRAÇÃO 5	Joe Rosenthal - Associated Press (1945), marines americanos na ilha de Iwo Jima, Japão	82
ILUSTRAÇÃO 6	Edições Verdes de <i>Época</i> em 2006, 2007, 2008, 2009 e 2010	84
ILUSTRAÇÃO 7	Capas de <i>Sustenta!</i> , <i>Aquecimento Global</i> , <i>Mãe Terra</i> e <i>Página 22</i>	84
ILUSTRAÇÃO 8	Dispositivo analítico	89
ILUSTRAÇÃO 9	Logotipo Abril	93
ILUSTRAÇÃO 10	Abril - Anúncio institucional, 1976	93
ILUSTRAÇÃO 11	Logotipo Planeta Sustentável	96
ILUSTRAÇÃO 12	Mosaico 1: O verde em <i>VEJA</i>	102
ILUSTRAÇÃO 13	Mosaico 2: O verde em <i>SUPERINTERESSANTE</i>	108
ILUSTRAÇÃO 14	Mosaico 3: O verde em <i>EXAME</i>	113
ILUSTRAÇÃO 15	Mosaico 4: O verde em <i>NATIONAL GEOGRAPHIC</i>	118
ILUSTRAÇÃO 16	Mosaico 5: O verde em <i>VIDA SIMPLES</i>	122

LISTA DE ANEXOS

ANEXO A	Amostra selecionada – Revistas Abril	161
ANEXO B	Maiores circulações – Revistas Semanais	165
ANEXO C	Maiores circulações – Revistas Mensais	166
ANEXO D	Revistas e sequências discursivas recortadas – Editoriais (Quadro B); Participação das revistas no percentual total de sequências discursivas – Editoriais (Quadro C)	167
ANEXO E	Revistas e sequências discursivas recortadas – Reportagens	168
ANEXO F	Exemplos de Mídias do Planeta Sustentável	169
ANEXO G	Exemplos de Manifestos do Planeta Sustentável	173
ANEXO H	Sequências discursivas – textos editoriais	177
ANEXO I	Sequências discursivas – reportagens	184

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	14
2	A EMERGÊNCIA DO VERDE	24
2.1	Meio ambiente e contemporaneidade	26
2.2	Sustentabilidade como valor para o dizer	31
2.3	A constituição de uma ecosfera	39
3	LER DE PERTO O JORNALISMO	49
3.1	Pensar o jornalismo de revista	52
3.2	Pensar o discurso	64
3.3	Noções operatórias	73
4	MAPA DO DISCURSO	78
4.1	Dos quadros e condições de produção	90
4.2	Lugares e posições-sujeito no interior do dizer	125
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS	141
	REFERÊNCIAS	149
	ANEXOS	160

1 Introdução

O DISCURSO JORNALÍSTICO sobre meio ambiente é o tema motivador deste trabalho, empiricamente apoiado em um estudo que parte das reportagens de capa de cinco revistas da Editorial Abril (VEJA, SUPERINTERESSANTE, EXAME, NATIONAL GEOGRAPHIC BRASIL e VIDA SIMPLES), todas de circulação nacional, publicadas entre 2007 e 2008. A reflexão construída é resultado do tensionamento de uma dupla emergência: da questão ambiental como um dos eixos centrais da contemporaneidade, assim percebida na abordagem jornalística; e a emergência do jornalismo, em específico o jornalismo de revista, nesse cenário. O jornalismo que fala de meio ambiente e fala de si perante questões ecológicas é, fundamentalmente, o interesse central de investigação.

A Abril, grupo de comunicação brasileiro com hegemonia em termos de tiragem e diversidade de publicações, mantém um projeto institucional dedicado ao tema, o Movimento Planeta Sustentável (MPS). Este interessa aqui em sua manifestação nas páginas das revistas semanais e mensais da Editora, nas afetações do dizer jornalístico, alavancando diversas edições em que a questão ambiental foi manchete principal ou assunto de números especiais, as chamadas Edições Verdes, nestas, ocupando a totalidade ou a maior parte do espaço. As reportagens publicadas no contexto citado forneceram os recortes para formação do *corpus* discursivo para a análise.

A ecologia adquire especial sentido no trabalho. Entendo que a questão deve estar, de forma transversal, no centro das discussões atuais. Consoante, ela serve como metáfora para a necessidade de pensar o discurso pelas relações estabelecidas e que emergem da materialidade textual. A ecologia torna-se inspiração para a reflexão, portanto. Já a questão do verde, presente nestas publicações, é tomada aqui para designar e explorar as perspectivas de enunciação do tema, debatido no âmbito de uma ecologia do jornalismo: no estudo das inter-relações que sustentam seu dizer e, ao mesmo tempo, na atualização que o jornalismo faz sobre o assunto, ou seja, qual é o verde que a sua ecologia propõe. O tema abordado pelas revistas serve para compreender o jornalismo enquanto prática discursiva.

Meio ambiente é uma questão complexa. Dizê-lo é vontade de diferentes esferas da sociedade: economia, política, ciência, sociedade civil organizada, para citar lugares que as reportagens das revistas nomeiam, por exemplo. Em que pese a trama que estes diferentes dizeres costuram, é no jornalismo, todavia, que os sentidos são atualizados de forma amplificada. Ao tomar parte no discurso sobre o verde, o jornalismo de revista desdobra-o tematicamente, algo que, entendo, se refere ao funcionamento e operação das revistas, no

modo a partir da qual as publicações assumem o verde em seu projeto editorial e como escolhem discursivizá-lo.

Na materialidade de suas páginas, as publicações da Abril elevam o tema aos patamares de uma celebração editorial, nas amplas reportagens especiais e no advento das Edições Verdes. Do mesmo modo, têm ação peculiar em relação ao conflito que sustenta o seu poder-saber, como discutirei no desenrolar do texto. Reportagens especiais e investigativas, guias de indicadores e comportamento reiteram que a entrada no universo verde não é apenas pautada por referentes factuais. Há, também, um viés estratégico, de enquadramento do próprio Campo Jornalístico e de seu valor na oferta simbólica dos produtos e saberes mais adequados à atualidade.

É assim que o presente trabalho pensa o discurso sobre meio ambiente nas revistas da Abril, dizeres em relação com o seu acontecimento histórico e suas condições de produção, portadores de um determinado estatuto de leitura pelo espaço onde têm ocorrência. Estudar o jornalismo¹ como prática discursiva pressupõe considerar propriedades que emergem da soma de condições peculiares de fazer, bem como da natureza de mediação que o move.

O material empírico que deu origem à amostra e, depois, ao *corpus* discursivo para a pesquisa, teve como recorte temporal os anos de 2007 e 2008, os dois primeiros anos do Movimento Planeta Sustentável. O período abarcou a consolidação de uma agenda global mais ampla das questões ambientais, assim como um esforço em partilhá-la. Para a investigação, como marcadores iniciais, considerei dois acontecimentos discursivos: a publicação do quarto relatório do Painel Intergovernamental sobre Mudanças Climáticas (IPCC²), órgão vinculado às Nações Unidas; e a criação, pela Abril, do Movimento.

De forma mais contundente que informes anteriores, o mais recente Relatório³ produzido pelo IPCC evidenciou cientificamente a contribuição antropogênica para o fenômeno das alterações climáticas globais. Sublinhou, em suas conclusões, a necessidade da busca por soluções, da adoção de comportamentos para a minimização dos problemas ambientais e ressaltou a sustentabilidade como objetivo a ser alcançado em todas as escalas. É no cenário instalado pela divulgação do Relatório que se dá a criação do Movimento Planeta Sustentável pela Abril, cuja proposta assenta-se em um engajamento da Editora na causa

¹ Jornalismo aparecerá com inicial maiúscula quando em referência ao Campo Jornalístico. Em minúscula, indicando sua dimensão prática, seu fazer, de forma genérica, ou especificamente nas revistas.

² Sigla para *Intergovernmental Panel on Climate Change*.

³ GRUPO DE TRABALHO I. *Mudança do Clima 2007: A Base das Ciências Físicas*. Painel Intergovernamental sobre mudança climática. 2007. Disponível em <<http://www.ipcc.ch/>>. Acesso em: 15 jan. 2010.

ecológica. Jornalisticamente, a adesão significa a abordagem sistemática do tema nas páginas de suas publicações. Assim, ambos os acontecimentos acabaram por multiplicar e dar outro *status* à veiculação de reportagens com enfoque ecológico nas revistas do Grupo, como debatarei ao longo do trabalho.

O desafio assumido por este estudo foi o de contornar tanto quanto possível um fenômeno em processo, refletindo a partir de um quadro teórico-metodológico sobre as manifestações do jornalismo diante das problemáticas ecológicas contemporâneas. Por essa razão, pareceu adequado pensar o jornalismo em uma periodicidade mais ampliada e em espaços nos quais pudesse ser acolhida uma abordagem de fôlego sobre o verde. Desse modo, elegi a reportagem, em sua dimensão ideal de tomar o mundo como objeto, não somente motivada por uma agenda factual. A reportagem, ainda, é o carro-chefe do jornalismo de revista, possibilitando um espaço adequado para se debater a atualidade da questão ambiental absorvida e processada pelo discurso jornalístico. De posse desse critério empreendi os movimentos de observação de publicações de circulação nacional, de diferentes segmentos e grupos, para construir os critérios até a escolha final do material aqui analisado.

Dentro de um acompanhamento das publicações ofertadas pelo mercado editorial nacional, realizei um recorte vertical para o desenvolvimento do estudo, delimitando as revistas da Editora Abril como amostra. Entre as razões para a escolha, contextualizadas no quarto capítulo, está o lançamento do Movimento Planeta Sustentável, em 2007, quando o meio ambiente passou a ser eixo recorrente das publicações da Abril (fenômeno repetido por outras revistas de circulação nacional). Dos 37 diferentes números de revistas da Abril, selecionados em dois anos de observação, todos com a problemática do verde em suas capas, cinco constituíram os domínios eleitos para a investigação: a semanal VEJA e as mensais EXAME, SUPERINTERESSANTE, NATIONAL GEOGRAPHIC BRASIL e VIDA SIMPLES. As demais publicações da Abril foram consideradas na discussão sobre os quadros gerais (em especial o institucional) que envolvem o dizer sobre meio ambiente.

Diferentes textos sobre jornalismo e discurso estimularam o recorte eleito para a presente reflexão. Noções-conceito da Análise do Discurso (AD), dentro da tradição que hegemonicamente foi nomeada como de Linha Francesa, são mobilizadas para construção da tese. A filiação tem a intenção de sublinhar noções-conceito que possam contribuir nos estudos do discurso jornalístico, como a discussão apresentada acerca do lugar discursivo do jornalismo, tomada aqui a partir de um diálogo com outras pesquisas, de outros Campos, como categoria central para dar conta das questões desencadeadas pelo objeto de estudo. Isso

porque não interessam as marcas discursivas em si, mas o seu funcionamento no discurso em questão.

A proposta metodológica é pensar o lugar das práticas jornalísticas nos quadros que seus próprios discursos buscam instalar, quadro (ou cena) que depende, de forma integrada, do que o jornalismo diz fazer e de como faz. É nesse entremeio que a investigação torna-se possível. O jornalismo é movido por um impulso de dominar o acontecimento aleatório dos discursos no mundo, ao mesmo tempo em que é deles que se nutre. Aí está, também, a ecologia do jornalismo: um texto jornalístico é a promoção das interações pelo dito, pelo silenciamento, pelas vontades de apagamento, construindo um efeito de totalidade e resposta aplicável. A materialidade discursiva é o ecossistema a ser analisado, no tensionamento das condições de produção que emergem dele, de forma a destramar o dizer ofertado pelas revistas.

Com este conjunto de marcadores em mãos e a aderência institucional da Abril ao verde, manifestada na criação do Movimento Planeta Sustentável, na dimensão de uma discussão sobre meio ambiente e sustentabilidade como eixo editorial, a pesquisa foi norteadada pelo encadeamento das seguintes questões:

- Como as revistas inscrevem-se no discurso sobre meio ambiente? Como o tema afeta a sua prática?
- O que permeia a discursivização do lugar do jornalismo diante do tema e dos demais lugares acionados no dizer?
- O que o gesto de análise pode apontar: (a) sobre as revistas da Abril e sobre o jornalismo de revista; (b) sobre o verde na abordagem jornalística?

O objetivo geral do trabalho é debater como o jornalismo dota de sentido sua prática ao tratar da questão ambiental. De forma interligada, a investigação é permeada por três objetivos específicos:

- a) Compreender o jornalismo enquanto prática discursiva, seus modos e estratégias de operação;
- b) Tensionar a noção de lugar discursivo e sua aplicação aos estudos em jornalismo, em especial no caso do jornalismo de revista;

c) Entender como as revistas constroem sua inserção e seu fazer perante as temáticas verdes.

Investigar como o jornalismo coloca a questão ambiental a serviço do tempo e da ordem em que vivemos é entender os mecanismos de funcionamento do seu trabalho, da oferta de gramáticas acerca dos mais variados temas e nos quais se encontra, em comum, as lógicas da contemporaneidade. O caso em questão suscitou uma articulação do fazer das revistas pelo valor que o verde empresta ao modo como nomeiam sua prática e a quem nela emerge como modelo. Há ainda um aspecto de valor que se entrelaça nas diferentes posições percebidas no dizer das revistas: um jornalismo que se constitui ao dizer-se e constitui o social no que diz, no que autoriza ter lugar e a partir de determinados quadros que propõe, para emoldurar os textos que oferta.

Nos desdobramentos temáticos que perpassam as páginas analisadas, encontrei elementos que sugerem um modo de operação que alimenta a prática discursiva das revistas. Sua discursividade ultrapassa uma ação em torno de factuais. Antes, está no modo de colocar emergências e tendências dentro de temas e temáticas que operam seu funcionamento no contorno dos produtos que ofertam. Assim, esse jornalismo apresenta ao leitor, de forma intencional, conexões para o que no mundo são conjuntos de irrupções de uma dada historicidade. Na superfície de suas páginas, ao ordenar e tematizar o mundo, as revistas exercem e reiteram o principal estatuto de seu fazer como um sistema perito, da natureza intrínseca de um agir dotado da credibilidade inerente ao Campo Jornalístico enquanto campo mediador.

Falo, neste trabalho, de uma realidade que é referente não somente por elementos factuais, mas por elementos temáticos. Para as revistas, há lógicas próprias de referência e de valor que operam em seu dizer, algo que entendo ao me deparar com a institucionalização de um tema – dentro do qual há um eixo conceitual de grande valor no contemporâneo, a sustentabilidade – que é elevado da cobertura eventual à categoria de pauta/tema programado, intencional. E sobre os valores do próprio tema calcifica-se uma sustentação para a ordem que organiza o dizer das publicações. Na ecologia proposta, o lugar e os valores desse verde, como marcas de sentido, mostram a simbiose constitutiva do discurso jornalístico e permitem pensar sobre o jornalismo, seu papel tematizador e de que forma é construída a sua emergência em um dos principais temas da atualidade.

As escolhas jornalísticas são feitas com atenção ao valor do discurso verde, sem esquecer que é a reiteração em novos quadros que cria o valor, na relação memória e atualidade inerente ao dizer. E o efeito de totalidade do discurso jornalístico está no investimento discursivo em valores historicamente reiterados, em alianças, mesmo que os contextos sejam diversos. No processo discursivo que se materializa nos textos analisados, as revistas validam um tom para esse verde, reatualizando sentidos historicamente constituídos e procurando desambiguizá-los no contexto atual, como discutirei no andamento do texto.

Considero que é intrínseca ao jornalismo uma vontade de verdade, excludente, porque sua matéria-prima é a linguagem. Logo, é mediação, modo de percepção e apreensão do mundo. Tudo nele, de todas as formas, são escolhas, atravessadas por diferentes motivações. Cada palavra em um texto existe em função de uma filiação e adquire sentido dependendo das condições implicadas em seu aparecimento. Por isso, para chegar a debater os efeitos de sentido das reportagens no interior de uma revista, é preciso, antes, passar pelos quadros que englobam esse discurso, ou seja, a instituição e a própria revista. Cabe, portanto, tomar o jornalismo enquanto prática discursiva, produto de linguagem e de um processo histórico, para poder apreender em seu funcionamento, pela análise da circulação dos enunciados, as posições de sujeito nele presentes, as materialidades que dão corpo aos sentidos e as articulações que esses enunciados estabelecem com outros dizeres, com a história e a memória.

Por essas razões, para dar conta de forma mais abrangente da discursividade jornalística, julgo produtivo considerar que as peculiaridades desse dizer devem ser marcadas pelo tensionamento da relação lugar social - lugar discursivo que emerge dos textos. Além disso, com a filiação ao discurso, que permeia todos os aspectos teórico-metodológicos da tese, considero a heterogeneidade constitutiva de toda formação discursiva como elemento para trabalhar as diferentes posições assumidas pelo discurso jornalístico. É assim que o discurso sobre o verde, em especial na temática da sustentabilidade, será debatido no decorrer do trabalho, na qualidade inerente ao dizer jornalístico de ser um “discurso sobre”, no qual diferentes posições-sujeito estão em interação, operadas de um lugar discursivo construído para dissolver as ambiguidades.

No encadeamento das marcas hegemônicas, que dão corpo aos movimentos parafrásticos localizados no gesto de leitura, sustento parte da discussão sobre o valor do verde reiterado pelo discurso jornalístico. Marcas específicas também são apoiadoras da estratégia das revistas em nominar seu jornalismo e sua ação diante dos desafios da questão

ecológica no mundo contemporâneo, concretizando suas operações em sintonia com o espírito da atualidade e sobre o qual precisam dar conta.

Analisar o dizer sobre meio ambiente pressupõe considerar uma ininterrupta dimensão de conflito. Nela se desenha outra hipótese da tese, a de que o jornalismo, ao discursivizar a questão ambiental, situa-se entre as disputas dos Campos pelo domínio de uma racionalidade ambiental para solução de problemas porque passa a constituir um lugar para si no tema. Por isso, falo novamente de uma ecologia do jornalismo, em sua função de passar o verde em revista. A ação remete a um duplo trabalho da trama discursiva. Um primeiro viés, de costurar seu dizer dentro do que cabe na revista; o segundo, de alinhar a trama que se quer tecer dentro do que, a partir do seu lugar discursivo, as revistas entendem como demanda do tempo presente, isto é, qual é o verde que cabe na contemporaneidade, o verde que tem valor e que, portanto, pode ser dito.

Se há necessidade de construção de uma racionalidade ambiental, de forma a enfrentar a realidade, é aí que o jornalismo pretende se colocar como agente. Ele institucionaliza em seus espaços o que considera útil, como forma de conciliação entre interesses variados (incluindo os seus), manifestos em discursos advindos de diferentes Campos Sociais, nem todos legitimados de igual maneira. Esta é uma questão que já vem sendo discutida, ao longo do tempo, pelos estudos que se ocupam com a problematização acerca de enquadramentos, tendências e processos de edição/escolhas jornalísticas.

A hipótese de uma processualidade tema – temáticas no âmbito das revistas é assumida e sugerida aqui como elemento para pensar este jornalismo que ultrapassa o referente dos fatos diários, cotidianos, e para debater uma abordagem que sirva ao tensionamento sobre a prática discursiva diferenciada das revistas. O foco está no trabalho com recortes e temporalidades outras, não apenas ao eleger publicações semanais e mensais como objeto empírico de interesse, mas na temporalidade particular que o tema do meio ambiente sugere em sua complexidade, como tratarei a seguir, antes de trabalhar uma discussão sobre jornalismo, revistas e discurso.

Após esta Introdução, o texto que segue é composto de outros quatro capítulos. No segundo, “A emergência do verde”, busco dar conta de alguns fios da trama de dizeres sobre a sustentabilidade, como demanda do próprio *corpus*, em consonância com temáticas presentes nas páginas das revistas. Nomino alguns marcos históricos que, reiterados discursivamente, trazem em si o que entendo como valores do discurso em questão. A discussão ambiental é apresentada em seus conflitos e na busca pelo saber sobre as soluções para as problemáticas

ecológicas contemporâneas. A sustentabilidade é tomada como eixo central, motivadora do próprio projeto implantado pela Abril. No capítulo, localizo também o primeiro dos acontecimentos discursivos levados em conta na discussão aqui apresentada, o lançamento do quarto relatório do IPCC, considerando que seus efeitos servem de pistas ao gesto de análise como um todo.

O Capítulo 3, “Ler de perto o jornalismo”, traz reflexões sobre jornalismo e discurso, e situa o jornalismo de revista. Tomo a atuação do jornalismo de revista dentro das lógicas midiáticas, sinalizando para a necessidade de considerar a manifestação da instituição no interior dos textos trabalhados. No entrelaçamento destas questões e das temáticas do Capítulo 2, é possível avançar na delimitação dos quadros de percepção e tensionar alguns aspectos das condições de produção para pensar o verde nas revistas e, ao mesmo tempo, o lugar das cinco publicações estudadas no discurso sobre meio ambiente na contemporaneidade.

No Capítulo seguinte, o quarto, trato da emergência da Editora Abril no tema ambiental com a criação do Movimento Planeta Sustentável. Depois, no seu segundo ponto, entra em cena o discurso das revistas sobre o tema e seus desdobramentos. O dizer das revistas sobre si e as posições assumidas ao discursivizar o verde são convocadas no gesto de leitura do *corpus* discursivo, que teve origem em recortes extraídos de textos editoriais e das reportagens, considerando cada um dos domínios construídos, a partir das cinco revistas selecionadas⁴.

O movimento analítico, apoiado na reflexão teórica, permite alguns cruzamentos finais. Em uma via, a tentativa de compreender como o jornalismo diz o tema; em outra, o que este dizer nos informa sobre o próprio jornalismo. Está presente aí, mais uma vez, a ideia de uma ecologia do jornalismo, do estudo das suas interações como elemento fundamental da trama discursiva que ele propõe e, por tal característica, o reconhecimento de que a ecologia apresentada é uma ecologia sua, incluindo o interesse de dizê-la assim. É explorando o que o jornalismo põe em curso ao dizer sobre o tema no cenário contemporâneo que reflito sobre o próprio lugar do jornalismo, que se potencializa na reiteração do valor do verde enquadrado nas revistas e nas lógicas contemporâneas. Abordo as convergências e especificidades das temáticas proponderantes e das posições-sujeito identificadas no *corpus*. É momento, também, de debater o verde que emerge da prática discursiva das revistas, construindo considerações acerca das suas operações temáticas como eixo de atuação. A relação lugar

⁴ O percurso de recortes para constituição do *corpus* discursivo está explicitado na parte inicial do capítulo 4.

social - lugar discursivo e projeto editorial é retomada e debatida na esteira dos resultados das análises.

Nas Considerações Finais, retomo os eixos do trabalho para tensionar o jornalismo e seus estatutos de funcionamento diante de um tema central da contemporaneidade, cuja abordagem não depende, nas revistas, de mobilizadores factuais, mas é operada a partir de estatutos editoriais e institucionais, nas potencialidades de desdobramento do tema, explorando seus diferentes valores. Nesta síntese final, ainda têm espaço novas questões que o trabalho acabou por desencadear.

2 A emergência do verde

NA PERSPECTIVA DO DISCURSO, a discussão apresentada neste capítulo busca dar relevância ao cenário amplo que é, conceitualmente, uma memória interdiscursiva acerca do ambiente como questão ou objeto de interesse do dizer. Nela cabem inúmeros desdobramentos e tematizações, como a dimensão da sustentabilidade, eixo que adquiriu *status* central na conceituação do verde nas últimas décadas. Trata-se de uma exterioridade constitutiva do discurso, mas não por estar fora, e, sim, por ser (poder ser) mobilizada no dizer, por meio dos diferentes discursos que compõem cada texto. Ao mesmo tempo, o objeto de interesse do presente trabalho evidenciou um valor do verde que se materializa como marca no discurso jornalístico. Para iniciar a discussão, neste capítulo busco tornar explícito um dos possíveis conjuntos históricos que formam parte do potencial de ser dito acerca da questão. Não se compara ao empreendimento arqueológico de Foucault (2005), mas assumo a ideia expressa por ele sobre a intenção não de buscar a origem, mas começos relativos.

A emergência da questão ambiental se dá na constituição de uma idade média, nos termos de Rubim (2000), da incidência da comunicação na sociabilidade e das modalidades de sua conexão com a contemporaneidade⁵. Além disso, como pensa Schmidt (2003), houve uma paulatina politização da questão ambiental, ocasionada por duas razões. A mais imediata é que não é possível conhecer as representações do ambiente “sem integrar nelas o próprio discurso que as tornou tão politicamente relevantes que passaram a merecer atenção” (SCHMIDT, 2003, p. 393). Ainda segundo a autora, o registro político do discurso ambiental organizou outros referentes que acabaram por formar o âmbito global do tema, que reflete sua acolhida nas esferas política e empresarial, por exemplo, inclusive como resultado da atuação social de movimentos em prol do verde e das evidências científicas acerca da degradação ambiental, suas causas e consequências.

Pensar o ecológico nos tempos recentes impõe a necessidade de localizar certos “nós”, agentes e acontecimentos que tornam possíveis os diferentes efeitos de sentido que um texto sobre questões ambientais pode adquirir no contexto de uma ecoesfera contemporânea, como debatido ao final do capítulo, na qual os meios de comunicação e informação também desenham para si uma tarefa como agentes.

⁵ Contemporaneidade é usada para dar corpo a uma percepção da atualidade sem o uso de uma única classificação conceitual, como “modernidade tardia” ou “pós-modernidade”, uma vez que essas expressões não são objeto de consenso. Elas aparecerão de forma explícita quando inseridas no contexto de citações ou reflexões de autores.

2.1 Meio Ambiente e contemporaneidade

Uma ancoragem para a discussão sobre o verde na atualidade está nos quatro axiomas sugeridos por Santos (1999) para pensar os atuais contextos, axiomas que moldaram a sociedade e a subjetividade contemporâneas, criando uma epistemologia e uma psicologia compartilhadas, dado seu caráter de regulação social. Tomo estes axiomas como centrais para refletir sobre a significação dos discursos acerca da questão ambiental, acolhidos e trabalhados pelo jornalismo. Destaco dois deles, o primeiro e o quarto⁶.

O primeiro axioma refere-se à hegemonia que a racionalidade científica assumiu ao transformar os problemas éticos e políticos em problemas técnicos. Ainda segundo Santos (1999, p. 321), se tal transformação não é possível, “uma solução intermediária é buscada: a transformação dos problemas éticos e políticos em problemas jurídicos”. Já o outro axioma, sublinha a crença no progresso, traduzido como “um desenvolvimento infinito alimentado pelo crescimento económico, pela ampliação das relações e pelo desenvolvimento tecnológico” (SANTOS, 1999, p. 321 [grafia original]).

Esses axiomas estão, também, na base dos problemas ambientais e na discussão das soluções, alimentando disputas de sentido neste terreno. Eles levam a pensar, por exemplo, sobre uma importante movimentação operada dentro do universo ambiental, na transferência de responsabilidade da esfera da produção para a do consumo, no âmbito de comportamentos e escolhas, o que em parte retira do setor produtivo (indústria, agricultura) o peso único diante do cenário de problemas como a poluição e desequilíbrios climáticos.

Para Harvey (1996, p. 257), a contemporaneidade é a era da aceleração do “tempo de giro” na produção, na troca e no consumo. Acentuaram-se a volatilidade e a efemeridade de modas, produtos, técnicas de produção, processos de trabalho, ideias, valores e práticas. No domínio da produção de mercadorias, o efeito primário foi a ênfase nos valores e virtudes da instantaneidade (alimentos instantâneos, comodidades) e da descartabilidade (utensílios, pratos, copos, embalagens, guardanapos, roupas, plásticos etc.). É a dinâmica da “sociedade do descarte”. Ela significa mais do que jogar fora bens produzidos, criando o exponencial problema do lixo; significa, também, ser capaz de despir e vestir novos valores, estilos de vida, relacionamentos, lugares, pessoas e modos adquiridos de agir e ser. Por intermédio desses mecanismos, os indivíduos são convidados a lidar com outra temporalidade, imediata,

⁶ Lembrando, porém, as palavras de Santos (1999, p. 321) sobre os demais axiomas: “O segundo, axioma é o da legitimidade da propriedade privada independente da legitimidade do uso da propriedade” e o terceiro “é o axioma da soberania dos Estados e da obrigação política vertica dos cidadãos perante o Estado”.

como síntese do atual tempo histórico, fruto da novidade permanente e das perspectivas de obsolescência quase instantânea.

Esquizofrênica é o adjetivo de Jameson (1997a) para esta mentalidade na qual potencializa-se a intervenção ativa na produção da volatilidade como padrão de gosto e opinião. É a construção de novos sistemas de signos e imagens, um aspecto importante da condição pós-moderna, que precisa ser considerada de vários ângulos distintos. Os discursos informativos, junto com a publicidade e o entretenimento, passaram a ter um papel muito mais integrado nas práticas culturais, pois assumem maior força na dinâmica de crescimento do capitalismo. Voltam-se, cada vez mais, para a abordagem dos desejos, escolhas, comportamentos, atitudes, uma vez que, segundo Harvey (1996), a preocupação do capitalismo não está na mercadoria em si exclusivamente, mas na produção de signos e imagens (sentidos) que possam ser compartilhados (comprados).

Estes signos e imagens são material produtivo, que fez nascer, conforme Thompson (1998, p. 154), um novo tipo de eixo simbólico, caracterizado como “eixo da difusão globalizada e da apropriação localizada”, dando origem a diferentes maneiras de significar as práticas socioculturais, nas quais estão incluídos os estilos de vida e os hábitos de consumo. Cresce, portanto, o espaço para o compartilhamento de modelos, ofertados aos indivíduos ansiosos em cumprir seus contratos no âmbito social (SANTOS, 1999).

O discurso sobre práticas e produtos ambientalmente corretos ou não é fruto de processos de valoração que articulam o valor simbólico, a maneira como são apreciadas pelas pessoas, e o valor econômico, adquirido em função da troca/mercado, isto é, os bens simbólicos que podem ser comprados e vendidos, onde entra fortemente o tom “prescritivo” que têm assumido os textos jornalísticos ao falar, por exemplo, de produtos que teriam caráter ecológico ou de sustentabilidade; um combustível para o automóvel, uma bolsa, uma roupa, um alimento, um papel para imprimir seus documentos, lembrando a afirmação de García Canclini (1997, p. 59), de que o consumo “é um processo em que os desejos se transformam em demandas e em atos socialmente regulados”. Em provocação por uma via oposta, Bauman (2001, 2008a) afirma que tal movimento privilegia a individualização, que tem, entre suas características mais fortes, a corrosão e desintegração da cidadania, além da incapacidade de existência das decisões tomadas de forma coletiva.

Na visão de Yúdice (2004), a contemporaneidade comporta a produtividade da cultura como eixo de uma nova estrutura, na qual a ideologia e as normas sociais são absorvidas por uma racionalidade econômica de tal forma que afetam o gerenciamento, a conservação e o

acesso. O processo, contudo, não está acabado. Mas mudou a rapidez com que as coisas “são” e “deixam de ser”, com a efemeridade e liquidez de práticas, nomes e usos, como também propõe Bauman (2001, 2008b). O jogo, afirma Yúdice, é o de negociar os domínios pelos usos da cultura e suas significações em todos os níveis e dentro de contextos globalizados.

Os países mais industrializados foram os primeiros a experimentar uma dinâmica de modificação do horizonte de soluções para as demandas sociais, cada vez mais localizado e privatizado. Agora a tendência é crescente em todo globo. Altera-se o entendimento do papel do Estado, são criadas novas regulações e repassadas funções ao indivíduo, elevando o patamar de responsabilidade das suas escolhas de consumo. A perda de centralidade institucional e de eficácia reguladora dos Estados Nacionais seria um dos obstáculos mais resistentes à busca de soluções globais, com compromissos partilhados em justa escala. Assim, como propõe Jameson (1997b), o capitalismo é hoje menos um modo de produção que um modo de vida, no qual o individualismo e o consumismo transferem muitas questões para a esfera privada. Merece consideração, todavia, a observação defendida por ele de que é nessa esfera que os indivíduos identificam melhor os seus interesses e o que lhes traz satisfação. Ao mesmo tempo, o

fim do modernismo vem acompanhado não apenas do pós-modernismo, mas também do retorno da consciência da natureza em ambos os sentidos: ecologicamente, nas condições deploráveis em que a busca tecnológica de lucro deixou o planeta, e, humanamente, numa desilusão com a capacidade dos povos de mudar, agir ou conseguir qualquer coisa substantiva em termos de uma práxis coletiva (JAMESON, 1997b, p. 62).

Esta visão justapõe-se ao que Santos (1999) denomina como uma das perplexidades ou desafios da contemporaneidade: o regresso do indivíduo, na revalorização das práticas e dos processos e de quem os protagoniza. O indivíduo, contudo, aparece hoje menos individual do que nunca. Sua liberdade, diz, nunca foi tão derivada de escolhas feitas por outros antes dele, principalmente em se tratando de consumo e estilos de vida, assim como nas significações que os mesmos assumem. Sobre este cenário, Lipovetsky (1989) afirma que a autoconsciência substituiu a consciência de classe, diluindo-a. Já Sennet (1989) faz referência ao mesmo fenômeno na tese do declínio do homem público, argumentando pela erosão dos papéis sociais que cresce no contexto recente. O cidadão estaria empurrado ao culto “particularizado da personalidade”, estabelecendo, no que se pretende refletir aqui, uma dicotomia de interesses e responsabilidades entre indivíduo (privado) *versus* meio ambiente (social, público, natural).

Este contexto envolve o aumento das propostas voltadas ao respeito ambiental, fruto dos alertas dos movimentos ambientalistas organizados e da classe científica atuante nesta área. O pensamento ecológico tenta difundir a compreensão da inter-relação entre tudo que há no planeta e a inevitável reação às ações humanas no meio natural. Conforme Soares (2003, p. 35) a ecologia “é um saber das relações, interconexões, interdependências e intercâmbios de tudo com tudo em todos os pontos e em todos os momentos”. Nada é estático ou isolado do restante⁷.

Uma visão mais abrangente⁸ das questões ambientais começa a ser difundida na transposição dos anos 1970 para os 80, dentro do que Leis (1999) denomina de quinta fase (e atual) da ecologia, caracterizada pela inclusão do ser humano na biosfera e levando em consideração problemas sociais, econômicos e políticos junto aos ambientais, fortalecendo o elo com as Ciências Sociais e Humanas, diversamente do que se defendia em 1950, na primeira fase do pensamento ecológico, mais calcado no ecossistema sem a inserção do homem como mais um dos elementos no cenário natural.

A ambientalização ou ecologização pode ser vista como um fenômeno paradoxal ao alto grau de consumo hoje observado, cujo crescimento se deu nas últimas quatro décadas. Os parâmetros de uma vida sustentável, tendo em vista a necessidade de mudança de padrões, comportam diferentes modos de vê-la. O consumo não desaparece, ele é adjetivado de outras maneiras, fruto de uma estratégia do próprio mercado, o que mexe com uma ampla gama de significações em torno de um único sentido: a cristalização de um caráter verde às propostas das empresas, produtos e serviços, nos quais a sustentabilidade ou desenvolvimento sustentável aparecem como mote, apropriado em diversos discursos:

à medida mesmo que a temática se impõe e o movimento avança, os empreendedores eles próprios, causadores principais da degradação ambiental, também se apropriam da crítica à sua atuação e procuram usá-la a seu favor. O campo empresarial passa a dividir-se entre o pólo da acumulação primitiva ambiental e o pólo da apropriação da crítica, da “responsabilidade ambiental”, e mesmo da produção voltada para a viabilização da produção limpa e ambientalmente correta, acompanhada de novos lucros materiais e simbólicos (LOPES, 2006, p. 32 [grifo no original])

O interessante é que, num cenário de potencialização das ambivalências sobre qualquer aspecto, da política à economia e todos os sistemas simbólicos, as sociedades, que

⁷ Lembrando das quatro leis informais da ecologia em Commoner (1992): Tudo se conecta com tudo o mais; tudo precisa ir a algum lugar; a natureza sempre tem razão; e nada vem do nada.

⁸ Como propõe Capra (1982) em “O Ponto de Mutação”, ao apresentar o pensamento ecológico enquanto filosofia. Problemas como crimes, poluição, inflação, enfermidades, controle da informação, poder nuclear e ameaças energéticas estão, para ele, intimamente relacionados.

passaram de um desenho mais utópico para a exacerbação do pragmático, exigem soluções em menor tempo, no imediato. Para Appadurai (1996, p. 10)

o grande discurso acerca da modernidade desenvolvimentista (crescimento econômico, alta tecnologia, negócios agrários, educação, militarização) ainda persiste em vários países, no entanto, é frequentemente pontuado, questionado e redefinido por micronarrativas de filmes, televisão, música e outras formas de expressão que permitem que a modernidade seja reescrita.

A pista de Appadurai, trazida para o panorama da discussão ambiental, ajuda a pensar a sua capilaridade para além do movimento e da entrada de novos atores desencadeada por elementos recentes, envolvendo as mudanças do clima, por exemplo. A relação utopia – pragmatismo contempla, no espaço entre elas, outros matizes, que encontram eco em um certo número de produtos midiáticos⁹ que se alimenta e realimenta o imaginário acerca das catástrofes naturais (GIL CALVO, 2003), por exemplo. A hipótese de Barros e Sousa (2010) é que o campo simbólico em torno do ambientalismo fez surgir novos códigos acerca do tema, comunidades idealizadas e uma disputa multissetorial, na aglutinação de diferentes forças sociais ao longo do tempo.

Morin (1998, 2002) e Morin e Hulot (2008) procuram na complexidade cultural da sociedade contemporânea as explicações para a emergência de um pensamento ecológico, inclusive no processo de rupturas e ressignificações que vão se promovendo na questão, fruto de uma aliança entre política e ciência, a seu ver. As rupturas assumem o papel de “desvios inovadores” e criam a ambiência inicial para uma transformação que pode eventualmente aprofundar-se ou não.

Estas questões instigam a pensar também o tema desta pesquisa pela ótica proposta por Thompson (1995, p. 176), qual seja, dos “significados incorporados nas formas simbólicas, que inclui ações, manifestações verbais e objetos significativos de vários tipos, em virtude dos quais os indivíduos comunicam-se entre si e partilham suas experiências, concepções e crenças”. O cenário contemporâneo é o da preocupação com o impacto ambiental de estilos de vida e consumo das sociedades, uma vez que “a relação entre consumo e ambiente vem ganhando centralidade nas propostas de política ambiental” (PORTILHO, 2005, p. 65).

⁹ Caso de produções recentes, como “O dia depois de amanhã” (*The day after tomorrow*, 2004), apocalíptico e pós-apocalíptico, dirigido por Roland Emmerich. Retrata os efeitos catastróficos do aquecimento global e do esfriamento global (Disponível em: <http://www.foxhome.com/dayaftertomorrow>. Acesso em 12 dez. 2010); e “2012” (2009), épico que narra um cataclisma global devastador, que teria sido previsto pela civilização Maia, datando o “fim do mundo” para dezembro de 2012. Além de mostrar cenas de destruição em diversas partes do mundo, ocasionadas por terremotos, ondas gigantes e uma glaciação, mostra meandros políticos que permeiam a sobrevivência de parte dos humanos (Disponível em: <http://www.sonypictures.com/movies/2012>. Acesso em 12 dez. 2010).

Está sublinhada novamente a potencialidade da ação individual, também exaltada pelo jornalismo, que se insere, tanto quanto possível, nesta perspectiva. Há uma crescente atribuição de força política ao ato de consumo, da possibilidade de uma ação verde. Pode surgir aí, todavia, o argumento de uma destituição do interesse social em uma discussão macro pelas escolhas de modelos produtivos. A ação individual acabou se mostrando potencial para o mercado com o alargamento da oferta de produtos verdes, nos quais, muitas vezes, o simbólico que a questão da sustentabilidade carrega em si é o elemento mais forte.

2.2 Sustentabilidade como valor para o dizer

A multiplicação, na segunda metade do século XX, dos problemas relacionados à exploração desenfreada dos elementos da natureza e a degradação ambiental com caráter global intensificaram o debate ecológico e deram origem ao movimento ambientalista. Neste percurso, em proporções globais, alguns marcos e eventos merecem atenção, uma vez que são fundamentais no entendimento daquilo que é reatualizado pelo discurso jornalístico ao dizer o verde. E, nesse dizer, a sustentabilidade figura como traço singular para as abordagens.

Veiga (2005, p. 14) afirma que a sustentabilidade é um dos mais generosos ideais surgidos no século XX, “só comparável talvez à bem mais antiga ideia de justiça social”. Encerra em si uma série de interpretações, principalmente quanto ao seu emprego em discussões que envolvem desenvolvimento, geralmente associado a crescimento econômico, nas quais o adjetivo sustentável surge na busca por qualificar processos que não prejudicariam em demasia o ecossistema. A definição não é consensual, mas mostra um conjunto de esforços de lapidação em escala mundial e que ainda reverberam nas atuais discussões.

É o caso da repercussão de “Primavera silenciosa” (*Silent Spring*)¹⁰, livro lançado em 1962 por Rachel Carson, no qual é proposto um debate sobre as inter-relações entre economia, meio ambiente e questões sociais. Depois, no início dos anos 1970, Paul Ehrlich e Barry Commoner, dois biólogos americanos, também deram uma contribuição ao debate. Ehrlich discutia o crescimento populacional e os problemas ambientais, prevendo fome caso esse crescimento não fosse freado (LEIS, 1999). Commoner situava-se em outro polo, abordando os efeitos da radiação nuclear produzidos pelos testes com bombas, convicto de que “a principal causa da degradação do meio ambiente se devia ao impacto destrutivo da

¹⁰ Primeira obra a detalhar os efeitos adversos da utilização dos pesticidas e inseticidas químicos sintéticos no ambiente e o custo dessa contaminação para a sociedade humana. Segundo a autora, a utilização dos agrotóxicos estava interferindo nas defesas naturais do próprio ambiente (CARSON, 1962).

tecnologia” (LEIS, 1999, p. 81). Estas discussões dominaram o Clube de Roma, em 1968, quando especialistas de várias áreas discutiram a crise ambiental e o futuro da humanidade diante do crescimento econômico e demográfico.

Em 1972, em Estocolmo, na Suécia, a Organização das Nações Unidas (ONU) promoveu a primeira conferência da entidade sobre meio ambiente. Foi quando o Secretário-Geral do evento, Maurice Strong, empregou a expressão *ecodesenvolvimento* pela primeira vez para definir “uma proposta de desenvolvimento ecologicamente orientado” (LEIS, 1999, p. 146). O encontro foi palco da criação do Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente (PNUMA). No mesmo ano, uma equipe de especialistas de vários países publicou o relatório “Os Limites do Crescimento”, com estudos sobre como o crescimento populacional associado ao incremento do uso dos recursos naturais impunha limites para o crescimento industrial. Capra (2002), por sua vez, entende que o conceito básico de sustentabilidade foi criado no começo da década de 1980 por Lester Brown, fundador do Instituto Worldwatch¹¹, quando este definiu a sociedade sustentável como aquela que é capaz de satisfazer suas necessidades sem comprometer as chances de sobrevivência das gerações futuras.

O uso da expressão sustentabilidade intensificou-se em âmbito mundial a partir da segunda metade da década de 1980. Cinco anos depois de ser criada, a Comissão Mundial de Meio Ambiente e Desenvolvimento da ONU (UNCED), presidida pela então primeira ministra da Noruega, Gro Harlem Brundtland, lançou, em 1987, um documento chamado Nosso Futuro Comum, conhecido também como Relatório Brundtland. O documento popularizou uma definição para desenvolvimento sustentável, como aquele que atende às necessidades do presente sem comprometer a possibilidade de as futuras gerações atenderem às suas próprias necessidades. Desde então, nos encontros internacionais sobre meio ambiente, a operacionalização do conceito tem sido o centro das discussões.

No Brasil, o movimento ambientalista acolheu o conceito de desenvolvimento sustentável expresso no Relatório Brundtland, na busca por abordar proteção ambiental na sua relação com questões políticas e econômicas. A própria legislação brasileira já havia incorporado esta dimensão. Em 1981, a Lei 6.938¹², em seu artigo 2º, estabeleceu que a Política Nacional de Meio Ambiente teria por objetivo a preservação, melhoria e recuperação

¹¹ Organização internacional voltada para pesquisas sobre o ecossistema. Disponível em: www.worldwatch.org.br. Lester Brown foi entrevistado pela revista VEJA em 2001, quando defendeu a punição econômica aos poluidores. Disponível em: http://www.worldwatch.org.br/lb_amarelas_veja.htm.

¹² A Lei 6.938, artigo 2º, de 31 de agosto de 1981, considera meio ambiente “o conjunto de condições, leis, influências e interações de ordem física, química e biológica, que permite, abriga e rege a vida em todas as suas formas” (Art. 3º). Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L6938.htm.

da qualidade ambiental propícia à vida, visando a assegurar, no país, condições ao desenvolvimento socioeconômico, demonstrando o reflexo, também no Brasil, das discussões internacionais travadas neste campo.

Além disso, como afirma Montibeller Filho (2004), a partir dos anos 1990 o setor empresarial passou a se aproveitar de um emergente mercado verde que valoriza o cuidado ambiental. Para o autor, trata-se de um comportamento que é reflexo direto do ambientalismo e da postura da ciência, mas revela um movimento da esfera econômica em direção ao desenvolvimento sustentável. Ao mesmo tempo, o discurso ambiental é incorporado para “agregar valor” (KUNSCH, 2009; BALDISSERA, 2009), vira mercadoria (SANTAMARINA CAMPOS, 2006) para conquistar mercados ou até maquiagem práticas antiecológicas, tal nos faz pensar a ironia de algumas tiras da série “Quadrinhos dos anos 10”, do cartunista André Dhamer (Ilustrações 1 e 2) na qual o autor busca fazer pensar acerca da primeira década do século XXI, em suas ambivalências e contradições, tendo o mundo empresarial como um dos principais alvos e deixando ver sua vontade de construção discursiva do mundo.



Ilustração 1: Quadrinhos dos anos 10, André Dhamer.
Fonte: <http://www.malvados.com.br>. Acesso em: 15 set. 2010.



Ilustração 2: Encontro Anual dos Donos do Mundo, André Dhamer.
Fonte: <http://www.malvados.com.br>. Acesso em: 15 set. 2010

A incorporação de um discurso ecológico nas esferas empresariais é questão recente. Em 1990, o Conselho Empresarial para o Desenvolvimento Sustentável - BCSD¹³ lançou um relatório chamado “Mudando o Rumo” (*Changing Course*), fixando uma posição empresarial para um desenvolvimento sustentável ao afirmar que

o eixo do desenvolvimento sustentável encontra-se na capacidade de auto-regulação das indústrias multinacionais. Enfatizando o papel do livre mercado, o BCSD acredita que as próprias indústrias sejam mais eficazes do que as regulamentações estatais para promover mudanças que aumentem a eficiência ecológica global (LEIS, 1999, p. 157).

Posicionamentos como este, assim como parte das discussões dos grandes eventos internacionais sobre meio ambiente, mostram a capilarização da temática ecológica, potencializada, logo em seguida, pela repercussão da segunda Conferência Mundial sobre Meio Ambiente, a Eco-92 ou Rio-92¹⁴, a mais representativa reunião sobre Meio Ambiente já promovida: 100 chefes de Estado e representações de 170 países. O encontro chamou a atenção para uma questão nova na época: a necessidade de compreensão de que “os problemas ambientais do planeta estão intimamente ligados às condições econômicas e à justiça social” (MOUSINHO, 2003, p. 363). Na Rio-92 foi trabalhada uma visão que integrasse aspectos socioambientais, pregando o desenvolvimento sustentável como meta para o local, o nacional e o global, com a criação dos programas de Agenda 21¹⁵.

Uma das resoluções da Conferência foi a Convenção do Clima, influenciada pelo primeiro relatório do Painel Intergovernamental sobre Mudanças Climáticas (IPCC), publicado em 1990. Ele destacou as consequências do aumento dos gases que multiplicam o efeito estufa e os reflexos da tendência de aquecimento global. A Convenção do Clima reconheceu a gravidade do problema que o efeito estufa¹⁶ exercia no clima e fez recomendações no sentido de reduzir essas emissões de gases danosos. Cotas foram negociadas e os países em desenvolvimento foram isentados delas.

Os países mais industrializados, por sua vez, deveriam reduzir em 8% suas emissões, estimativa não cumprida. O maior emissor de gases do efeito estufa, os Estados Unidos, não

¹³ BCSD - sigla em inglês para *Business Council for Sustainable Development*, formado por várias dezenas de líderes empresariais mundiais (LEIS, 1999, p.157).

¹⁴ Nessa época alguns meios de comunicação tiveram que contar com a ajuda de biólogos e educadores para compreender e transmitir a dimensão da Conferência. Aos poucos, mais jornalistas passaram a se ocupar da temática, fazendo surgir cadernos, programas ou editoriais específicas de meio ambiente.

¹⁵ Conjunto de resoluções e ações planejadas visando a sustentabilidade a serem implementadas em qualquer âmbito, de uma residência, empresa, cidade até um país ou conjunto de nações.

¹⁶ Aumento da temperatura nas camadas mais baixas da atmosfera, resultado do acúmulo de gases que, apesar de permitirem a entrada dos raios solares, interditam a saída de calor. Os gases são dióxido de carbono, metano, óxido de nitrogênio, clorofluorcarbonos, ozônio e vapor d'água. Naturalmente, o fenômeno mantém um equilíbrio da temperatura terrestre. O aumento substancial da emissão dos gases, todavia, amplia o efeito e torna-o nocivo, com consequências como o aquecimento global (MOUSINHO, 2003).

ratificou o Protocolo. Outro ponto importante do acordo foi o princípio da responsabilidade compartilhada e diferenciada pelo aquecimento global, recomendando que tecnologias “limpas”, não poluentes, fossem desenvolvidas pelos países mais industrializados e transferidas para aqueles em desenvolvimento. Goldemberg (2003) ressalta um terceiro ponto, o Mecanismo de Desenvolvimento Limpo (MDL), prevendo que as reduções de emissão de gases conseguidas com projetos de desenvolvimento sustentável possam ser contabilizadas por países desenvolvidos para compensar as suas emissões.

As dificuldades de adoção das resoluções da Rio-92, incluindo a não adesão de grandes poluidores ao Protocolo de Kyoto, foram pauta da Cúpula Mundial sobre Desenvolvimento Sustentável, a Rio+10, em 2002. Estiveram reunidos em Johannesburgo, na África, 104 chefes de Estado, Organizações Não Governamentais (ONGs), setor empresarial e outros segmentos. A questão central foi “até que ponto o mundo é capaz de mudar o curso para atingir um futuro sustentável?” (MOUSINHO, 2003, p. 362). As ações necessárias foram compiladas em um Plano de Implementação Mundial, de dez capítulos, com regras, metas e cronogramas para ação sustentável, mas de aplicação não verificada depois.

No intervalo entre as duas Cúpulas, a de 1992 e a de 2002, vários acontecimentos merecem ser destacados. Eles dão conta, em especial, de movimentações da esfera econômica em torno da temática ambiental, incorporando-a em seu discurso. Essas ações são importantes para pensar a perspectiva dos dizeres que hoje as revistas que analiso passaram a estampar. Tirando seu caráter protocolar, todos são acontecimentos que contribuem na construção de sentidos acerca da sustentabilidade.

Em 1999 surgiu o primeiro índice global que acompanha o desempenho em sustentabilidade das companhias com papéis negociados na Bolsa de Nova York, o Índice *Dow Jones* de Sustentabilidade¹⁷. No mesmo ano, a ONU propôs, no Fórum Econômico Mundial, um alinhamento das práticas empresarias com valores universais nas áreas de direitos humanos, trabalho, meio ambiente, batizado de Pacto Global¹⁸.

Depois da Rio+10, realizada em 2002, outros três marcos chamam atenção. O primeiro deles, o Princípio do Equador, redigido em 2003, quando o Banco Mundial e a *International Finance Corporation* (IFC) estabeleceram, em conjunto com uma série de bancos privados, critérios de análise de risco socioambiental no financiamento de projetos¹⁹. Ainda em 2003,

¹⁷ Disponível em: <http://www.sustainability-indexes.com>. Acesso em: 3 fev. 2010.

¹⁸ Disponível em: <http://www.pactoglobal.org.br>. Acesso em: 3 fev. 2010.

¹⁹ Disponível em: <http://www.equator-principles.com>. Acesso em: 3 fev. 2010.

surgiu o *Carbon Disclosure Project*²⁰, requerimento coletivo formulado por investidores institucionais sobre o posicionamento das maiores empresas com ações negociadas em bolsa em relação às mudanças climáticas e gases do efeito estufa. Dois anos depois, a Bolsa de Valores de São Paulo (Bovespa) lançou o seu próprio Índice de Sustentabilidade Empresarial²¹.

É interessante perceber estes movimentos num cenário de mudanças ecológicas reais (ou potenciais) que afetam todo o planeta. As proposições de Giddens (1991) são relevantes nesta discussão, principalmente quando este sublinha que as catástrofes naturais e tragédias anunciadas, como resposta da natureza, inserem-se em um conjunto de fenômenos que fazem parte do imaginário coletivo humano. São perigos emanados da natureza. Na modernidade, todavia, os perigos não derivariam somente do mundo da natureza, e seu principal estatuto é o de que os riscos podem ser, em princípio, avaliados pelo conhecimento científico. Consolidase, segundo o autor, a confiança em sistemas abstratos, criando “uma condição do distanciamento tempo-espaço e das grandes áreas de segurança na vida cotidiana que as instituições modernas oferecem em comparação com o mundo tradicional” (GIDDENS, 1991, p. 116).

A humanidade sempre buscou novas maneiras de explorar os elementos naturais, mas o fez, conforme Giddens (1991), dentro das dimensões institucionais da modernidade: o capitalismo, com a acumulação de capital no contexto de trabalho e mercados de produtos competitivos; a vigilância, no controle da informação e supervisão social; o poder militar, com controle dos meios de violência no contexto da industrialização da guerra, e o industrialismo²², gerador de transformações da natureza e desenvolvimento do ambiente criado.

Cabem outros apontamentos sobre estas questões. Pelo forte peso da variável econômica, o termo “desenvolvimento” é entendido como a difusão dos padrões de consumo observáveis hoje nos países altamente industrializados nas “grandes massas de população em rápida expansão que formam a periferia” (VEIGA, 2005, p. 29), noção correlata à ideia de progresso ou crescimento econômico. Os países que buscam alcançar patamares de desenvolvimento, tal qual o de países do chamado primeiro mundo, têm sido protagonistas de

²⁰ Disponível em: <http://www.cdproject.net>. Acesso em: 3 fev. 2010.

²¹ Disponível em: <http://www.bovespa.com.br>. Acesso em: 3 fev. 2010.

²² Na visão de Giddens (1991), os impactos do industrialismo não são limitado à esfera de produção, eles afetam muitos aspectos da vida cotidiana, bem como influenciam o caráter genérico da interação humana com o meio ambiente.

fenômenos como o mimetismo tecnológico e a transposição de padrões de consumo, processos produtivos e modos de vida vigentes no capitalismo avançado. Não é o verdadeiro “desenvolvimento”, conforme definição de Furtado (2002), uma vez que ele deve se caracterizar por um projeto social norteador. Outro autor, Latouche (2004) propõe “sair do desenvolvimento”, defendendo a “morte” deste conceito em benefício da humanidade. Para ele, deve-se falar em decrescimento sustentável, uma vez que só a diminuição do ritmo e do volume de produção e consumo pode garantir melhores condições de vida e uma real vida sustentável.

A escassez de resultados sociais e os problemas de degradação do sistema natural têm impulsionado diversas propostas para substituir conceitos da visão economicista²³, denunciando o reducionismo econômico como corresponsável pela geração dos problemas ecológicos e sociais. As escolas econômicas também passaram a ser questionadas, principalmente pelo seu perfil antropocêntrico, fazendo com que, do ponto de vista ambiental, “a natureza seja vista na condição de simples recurso para a produção de bens” (MONTIBELLER FILHO, 2004, p. 45). Mesmo havendo desempenho positivo da economia, com a multiplicação de produtos e do consumo, bem como a ocorrência de avanços tecnológicos, do lado oposto também se acentuaram os problemas ambientais em quase todos os âmbitos da vida em sociedade.

Quando se toma como referência o ambiental (ou o ecossistema), a sustentabilidade está ligada “à base física do processo produtivo e da vida social, apontando para a conservação do estoque dos recursos naturais, necessário para o dito processo” (LEIS, 1999, p. 154). Além desta, para o autor, há também a sustentabilidade social do desenvolvimento, difundida pelas Nações Unidas, e que remete à qualidade de vida das populações (saúde, educação, satisfação das necessidades culturais e espirituais), bem como a sustentabilidade econômica do desenvolvimento, colocada como crescimento econômico contínuo sobre bases não predatórias, “tanto para eliminar a pobreza (causa importante da degradação ambiental) e fazer os investimentos que permitam uma mudança do modelo produtivo para tecnologias mais sofisticadas e apropriadas” (LEIS, 1999, p. 155).

Estes autores argumentam que no discurso sobre sustentabilidade é possível encontrar variações de acordo com interesses e posicionamentos. Ruscheinsky (2004) destaca estas ambiguidades ao dizer que sustentável e sustentabilidade são como palavras mágicas,

²³ Por não considerar as demais dimensões da realidade, enfocando somente a produção e a produtividade econômicas. No plano prático, implica na concepção de políticas de desenvolvimento embasadas apenas no crescimento financeiro (MONTIBELLER FILHO, 2004).

estratégicas em projetos econômicos: para angariar fundos, conquistar mercados. O autor sugere a busca empreendida por empresas para “melhorar” sua imagem diante do público consumidor aderindo a mecanismos atestadores de qualidade, com índices e *rankings*. Os valores da magia acabam em *folders*, propagandas, cartazes, relatórios e material de mídia, não atestando o conceito na prática cotidiana.

Para Ruscheinsky, há uma controvérsia até no significado puro e simples da palavra sustentável como “o que sustenta alguém ou alguma coisa”. Segundo ele, “talvez esteja aí a raiz da leviandade com que ele vem sendo aplicado a todo tipo de discurso e de projeto, inclusive aos casos mais obscuros e controvertidos” (RUSCHEINSKY, 2004, p. 17). A visão deste autor congrega a noção de sustentabilidade como sustentação da biodiversidade sem perdas a longo prazo. Cita o exemplo das atividades extrativistas nas quais a sustentabilidade seja medida pelo não empobrecimento do patrimônio natural.

É possível pensar o contraditório abrigado pela sustentabilidade por uma linha conceitual, já trabalhada por Caporal e Costabeber (2000), numa divisão em duas correntes: ecotecnocrática e ecossocial. A corrente ecotecnocrática tem como principal base o chamado Relatório Brundtland, de 1987, que analisa problemas socioeconômicos e ecológicos em escala global, “sublinhando a interligação entre economia, tecnologia, sociedade e política” (VARGAS, 2001, p. 221). Nesta corrente, tem ênfase uma equação entre crescimento, sociedade e natureza, mediante a adoção de um otimismo tecnológico e de artifícios econômicos. As soluções para os problemas passam pela adoção de mecanismos de mercado, como a cobrança de taxas pela utilização de recursos naturais e o investimento no potencial produtivo, buscando ampliá-lo pela lógica de eficácia e eficiência. Exemplos estão na agricultura, com o incentivo ao uso de insumos e em tecnologias industriais de ponta para o aumento da produtividade.

A corrente ecossocial, cuja origem foi ligada ao movimento ambientalista de contracultura, principalmente da década de 1970, enfatiza o cuidado com duas dimensões: a solidariedade diacrônica (respeito às futuras gerações) e a solidariedade sincrônica (gerações presentes). Há ênfase na cultura como instância fundamental da relação homem-natureza, criticando “as tentativas de subordinar a natureza através do chamado esverdeamento da economia” (O’CONNOR, 1994, *apud* CAPORAL; COSTABEBER, s/d, p. 4). Os distintos modos de vida e as diferentes culturas devem ser mantidas, favorecendo a biodiversidade. Não se descarta a necessidade de planejamento ou a influência de governos e políticas no

controle das imperfeições do mercado, o que seria necessário para dar conta dos impactos gerados pela industrialização em larga escala, no âmbito de uma economia liberal e acelerada.

A heterogeneidade do conceito é ponto fundamental para abarcar o panorama sugerido na discursivização do ambiental pelo jornalismo, dentro dos objetivos desenvolvidos neste trabalho. Em pesquisa anterior (SCHWAAB, 2007), a dicotomia entre as duas visões de sustentabilidade, representadas pelas duas correntes teóricas há pouco referidas, foi abordada na ótica de duas diferentes Formações Discursivas, em atenção ao observado na pesquisa desenvolvida. Em artigo posterior (SCHWAAB, 2009), foi sugerido um primeiro deslocamento da abordagem, em direção ao caráter heterogêneo da sustentabilidade como discurso, tal como é agora trabalhado no presente texto, considerando as peculiaridades das revistas da Abril e o gesto de leitura empreendido. A proposta discute um esforço de desambiguação empreendido pelo jornalismo em seu movimento de manter o valor central da ideia de sustentabilidade sempre presente, operando diferentes posições-sujeito, assumidas nas reportagens no contexto de uma Formação Discursiva da Ecologia Contemporânea, conforme demonstrado no Capítulo 4.

2.3 A constituição de uma ecosfera

Barros e Sousa (2010) consideram a Rio-92 um evento emblemático, como o início de um modelo mediocêntrico, fruto de uma reorientação do ambientalismo nos seus modos de ação para pautar a questão ambiental. Passa a ter espaço um ambientalismo nos moldes defendidos por Bobbio (1992), no âmbito dos chamados direitos de terceira geração, nos quais o sujeito é a própria humanidade. Fala em um conjunto de movimentos em defesa da natureza cujo espectro contempla a defesa dos direitos humanos, incluindo liberdades individuais e direitos políticos e sociais. A perspectiva é completada por Hobsbawn (1995) ao identificar com o ambientalismo reivindicações por mudanças estruturais na sociedade, cuja adesão buscada é de caráter generalizado, não de pessoas isoladas, incluindo manifestações em prol da qualidade de vida, da alteridade e da paz.

A capilaridade e a amplitude do ambientalismo como movimento é debatida por Barros e Sousa (2010), a partir dos argumentos de Scherer-Warren (1996), como responsáveis pelo surgimento de um campo simbólico permeado por novos códigos. A luta ecológica delineou, ao longo dos anos, uma comunidade idealizada pela centralidade da ética e cidadania globais, operando por matrizes do aceitável e do não aceitável, sob diferentes

estratégias, parcerias e pressões diante de assuntos polêmicos. O movimento ecológico no Brasil deve ser entendido como um movimento multisetorial (VIOLA e LEIS, 1995), fruto da aglutinação de forças e pelo seu potencial transformador, uma vez que ultrapassa uma esfera material e traz ao centro do debate temáticas “cuja principal força está no conteúdo simbólico, imaterial e intangível, embora o caráter econômico não seja excluído”, argumentam Barros e Sousa (2010, p. 20). Abarca, ainda, a ampliação dos focos de interesse sobre ecologia, para além da ideia de um movimento difuso de entidades e organizações não governamentais.

Tais focos são potencializados pela entrada dos governos e do empresariado na arena do verde, fundamentalmente quando passam a incluir o critério do desenvolvimento sustentável no sistema produtivo. Adquirem mais visibilidade grupos e instituições científicas que pesquisam problemáticas ambientais; e, em paralelo, começa a se tornar mais efetiva a criação de órgãos e instituições governamentais para a proteção ambiental, fiscalização e certificação ecológica. Com isso, as ditas “barreiras ideológicas”, atreladas ao histórico de protestos do ambientalismo, estariam por ser rompidas, não só dando pano para a transversalidade dos ideais do verde, como tornando a ecologia um tema de interesse geral, implicado, cada vez mais, no contexto cotidiano dos indivíduos. A ampliação, todavia, não exclui a possibilidade de conflitos e disputas. Antes, potencializa uma concorrência de vozes em torno do ato de nomear e validar o verde, ações, políticas e opiniões, em especial pela controversa “conversão” verde de muitos atores até então avessos à preservação.

Além do peso na construção da agenda da sustentabilidade, a Rio-92 foi um evento emblemático para o jornalismo brasileiro. A análise do conjunto de estudos brasileiros sobre jornalismo e ambiente feita por Barros e Sousa (2010) aponta o evento internacional como marco de uma reorientação tanto do movimento ambientalista como da imprensa de referência. Não havia, dizem os autores, uma agenda ambiental precisa e sistematizada, questão também levantada por Trigueiro (2003), ao comentar que a Rio-92 evidenciou a falta de preparo jornalístico para lidar com o tema, inaugurando, depois, novos espaços para a ecologia nos meios brasileiros. Tal movimento acabou por dar ao ecológico a centralidade hoje consolidada como problemática global e, como propõe o presente texto, do verde como objeto do jornalismo, a partir do momento em que ele é institucionalizado pelas práticas do Campo. São reflexos diretos da constituição do que Barros e Sousa (2010) denominam de

“esfera pública verde” ou ecosfera²⁴, fundamentada pelas interações mediadas pela comunicação.

Sob tal ótica, os problemas ambientais interessam não na aura de novidade, mas, sobretudo, no aspecto em que são efetivamente novos: na dinâmica social que adquiriram e onde se inscrevem (SCHMIDT, 2003), dinâmica para qual contribuiu um elemento decisivo: a mediatização do ambiente. No tensionamento de estudos que tratam do binômio jornalismo e ambiente, considerando trabalhos acadêmicos brasileiros²⁵ e portugueses, Barros e Sousa mostram a virada trazida pelas evidências das mudanças climáticas ao produzir agendas nacionais em torno do verde, porém conectadas ao problema planetário. Além disso, tanto em Barros e Sousa (2010), como em Pereira Rosa (2006), é tratada a transformação no terreno das fontes de informação, em especial pelo fato de que as entidades e organizações não governamentais, em especial as de atuação internacional, deixaram de ser apenas promotoras de protestos para se tornarem referência em levantamentos, diagnósticos e análises sobre questões governamentais e científicas²⁶.

O estudo de Pereira Rosa (2006) é permeado pela discussão sobre a consolidação de fontes não-oficiais como vozes de referência que, ao passarem a ofertar dados embasados, se tornaram fontes para o jornalismo. As transformações do movimento ambientalista fizeram desses agentes fontes dotadas de credibilidade, em especial, portadoras de mensagens mais simplificadas, mais consumíveis, segundo o autor, em oposição à complexidade do movimento que as proferia. Ao mesmo tempo, afirma, o “funcionamento de um noticiário televisivo não se compadece com movimentos com diversos pontos de vista. Exige porta-

²⁴ Cujas discussão parte da clássica abordagem de Jürgen Habermas e considera, ainda, o caráter multifatorial do ambientalismo.

²⁵ Nos trabalhos que investigam o tema é perceptível a discussão em torno de agendas midiaticamente partilhadas sobre a questão ambiental, assim como acerca das disputas de sentido entre diferentes Campos Sociais para sua conformação, conforme relatado em texto anterior, em co-autoria, produzido no âmbito do Grupo de Pesquisa Jornalismo Ambiental - UFRGS/CNPq: “Nos encontros da Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo - SBPJor - encontramos 19 trabalhos apresentados entre 2005 e 2009. A Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação - Intercom - já promoveu dois encontros tendo comunicação e meio ambiente como tema central, em 1992 e 2008; os eventos da entidade somam dezenas de artigos sobre desdobramentos do tema. A Rede Brasileira de Jornalismo Ambiental já realizou três edições do Congresso Brasileiro de Jornalismo Ambiental, dois deles com sessões de trabalhos científicos (2007 e 2010). Guardadas as especificidades, a maior parte dos trabalhos preocupa-se com o tipo de atenção jornalística dada à questão, sugerindo superar a fragmentação de abordagem e a descontinuidade da cobertura” (GIRARDI et al 2010, p.2).

²⁶ Como é o caso da organização Greenpeace, por diversas vezes referida no contexto das reportagens analisadas pelo presente trabalho. O Greenpeace Brasil, por exemplo, lança relatórios de base crítica sobre assuntos emergentes e pauta sua comunicação por informações científicas e dados construídos em torno dos principais temas da agenda ecológica, muito especialmente, nos casos mais recentes, na temática das mudanças climáticas e fontes limpas de energia. Disponível em: <http://www.greenpeace.org/brasil/>. Acesso em: 16 jul. 2010.

vozes, rostos aceitáveis perante as câmeras, fluidez de discurso e sobretudo continuidade” (PEREIRA ROSA, 2006, p.136).

As confluências de perspectivas e filiações teóricas, em paralelo aos fenômenos de midiaticização do ecológico, com a formação de uma esfera pública verde favorece, ainda, questionamentos. Com a institucionalização dos discursos destes outros atores, acentua-se o caráter negativo da formatação do discurso oficial (governamental), pouco atuante nas causas do problema, com enfoque flutuante em ideais de bem comum, saúde e bem estar, sem reflexo prático efetivo, exceto na ancoragem por normatizações como escape para suas negligências. Isso abre espaço, ainda, para que a esfera privada coloque-se como caminho de soluções, como o gesto de análise das revistas evidencia.

No contexto da entrada do século XXI, a oferta de informação ambiental desconexa começa a ser alvo, de forma mais efetiva, de argumentos em torno da urgência de uma visão interligada de causas e consequências da degradação que dá origem aos graves problemas socioambientais. A informação adquire centralidade nos objetivos de construção de uma cidadania ambiental²⁷. Nos estudos acadêmicos em jornalismo é recorrente considerar que a divulgação das notícias ambientais possibilita novas percepções sobre os impactos sentidos no dia a dia e serve como motivação para a busca de alternativas.

Trata-se de uma questão de natureza processual, cumulativa, tal como vêm demonstrando as pesquisas do Instituto de Estudos da Religião²⁸ (ISER), em conjunto com o Ministério do Meio Ambiente, denominadas “O que o brasileiro pensa do Meio Ambiente” (1997, 2002, 2005). As estatísticas sugerem um aumento percentual da conscientização sobre a complexidade dos problemas ecológicos. Isso, no entanto, não reduz a preocupação dos próprios coordenadores da sondagem, ao enfatizar que soluções pragmáticas têm apelo considerável, assim como ações pontuais. E persiste, para muitos, a ideia de “ecologia” como sinônimo de fauna e flora (CRESPO, 2003).

Em outro levantamento (ISER, 2008), é apresentada a opinião de lideranças brasileiras²⁹ sobre mudanças climáticas e o engajamento do Brasil no assunto. Jornalistas de veículos de expressão nacional (TV, rádio e impressos) aparecem como o segundo grupo mais bem posicionado diante da relevância do tema. Os profissionais entrevistados colocam-se

²⁷ Que implica em responsabilidades partilhadas na busca de uma sociedade sustentável, um convite à modificação de modos de vida (WALDMAN, 2003).

²⁸ Disponível em <<<http://www.iser.org.br/>>>. Acesso em: 16 jul. 2010.

²⁹ Duzentos e dez entrevistados, de onze estados brasileiros.

como “aprendizes” sobre ambiente, reconhecem um papel de formação e conscientização por parte do jornalismo, mas se qualificam, porém, como

reféns da lógica do noticiário, que se alimenta de novidades e de eventos dramáticos. Ainda assim, a maioria dos entrevistados se sente pessoalmente mobilizada e acredita que a problemática vem ganhando cada vez mais espaço no setor, tendência que deverá perdurar. Acreditam ainda que, do mesmo modo com que surgiu um jornalismo especializado em questões ambientais, o mesmo deverá ocorrer com mudanças climáticas (CRESPO e VILELLA, 2008, p. 8)

A questão aparece, ainda, em recente levantamento encomendado pela TV BBC World. Os dados trazem a população brasileira como a mais preocupada (87%) com a mudança climática em um conjunto de 21 países, algo que a Revista Imprensa (2009), em edição especial sobre a cobertura do tema no Brasil, atribui ao trabalho jornalístico.

* * *

No contexto da ecosfera proposta por Barros e Sousa (2010), e tomando em paralelo o panorama histórico recente, os anos de 2006 e 2007 foram período de reorganizações discursivas em torno de temas centrais e um fato, em especial, é tomado aqui em sua dimensão de acontecimento discursivo: o quarto relatório³⁰ de trabalho do Painel Intergovernamental sobre Mudanças Climáticas, o IPCC, mantido pela Organização das Nações Unidas. O coletivo de cientistas passou a assistir a uma maior repercussão do seu trabalho a contar da divulgação do quarto relatório, sendo delimitador para o presente estudo.

O caráter de acontecimento discursivo está no fato de inaugurar novas formas de dizer, (re)atualizando sentidos, mas, principalmente, estabelecendo um marco de onde “uma nova rede de dizeres possíveis irá emergir” (FERREIRA, M., 2005, p. 11): um coletivo internacional de cientistas lança o mais contundente relatório acerca das mudanças ambientais globais. Nele, sugerem a construção de soluções que evitem um possível cenário de riscos. O verde, discurso e cor, perpassa com mais força o texto das reportagens de parte significativa das revistas brasileiras e chega até a vestir o seu maior ícone enquanto produto, a capa.

Colocados assim, de forma sintética, estes elementos parecem sugerir uma equação simples. Ambos os movimentos, porém, são fruto de processos históricos e sua observação, pelo viés do discurso, sugere uma maneira de tensioná-los em sua complexidade. Como

³⁰ GRUPO DE TRABALHO I. *Mudança do Clima 2007: A Base das Ciências Físicas*. Painel Intergovernamental sobre mudança climática. 2007. Disponível em <<http://www.ipcc.ch/>>. Acesso em: 15 jan. 2009.

ressaltado na introdução deste trabalho, há uma dupla emergência da qual é preciso dar conta para o debate aqui proposto: a do tema meio ambiente na contemporaneidade e, de forma paralela, a emergência do jornalismo, e do jornalismo de revista em específico, como espaço de discursivização sobre o tema.

O quarto relatório, chamado de *Fourth Assessment Relatory* (AR4), avaliou 577 trabalhos científicos, descrevendo cerca de 80.000 séries de dados e totalizando as contribuições de 800 autores de mais de 130 países, em seis anos de trabalho. O suficiente para sugerir que há consenso geral entre os especialistas acerca da ocorrência do fenômeno do aquecimento global: “O aquecimento do sistema climático é inequívoco, como é agora evidente pelas observações de aumento das temperaturas médias globais do ar e dos oceanos, de derretimento generalizado de neve e gelo, e de elevação do nível do mar” (CORTIZO, 2007, p. 360). Os relatórios anteriores são de 1990, 1995 e 2001.

A Organização Meteorológica Mundial (WMO) juntamente com o PNUMA foram os responsáveis pela criação do Painel Intergovernamental de Mudanças Climáticas, a partir do reconhecimento da necessidade de análises objetivas, balanceadas e coordenadas internacionalmente “para compreensão dos efeitos da crescente concentração de gases-estufa no clima global e as maneiras pelas quais tais mudanças poderiam impactar nos padrões socioeconômicos” (UNEP e WMO, 2004. p. 2)

Desde então, o IPCC avalia uma extensa base de trabalhos internacionais já publicados e avaliados por algum crivo científico. A entidade não conduz pesquisas acerca do tema nem monitora dados relacionados ao clima. O modelo é o de um corpo científico cujos relatórios devem refletir uma espécie de média ponderada dos pontos de vista da comunidade científica. Justo sobre esta estrutura, é possível encontrar críticas nas revistas, onde emerge um viés político que a entidade também assumiria em suas negociações, principalmente na constituição final dos textos dos relatórios divulgados. O relatório, discursivizado na figura do IPCC como autor, permanece sendo chamado nas reportagens durante o período abarcado por esta proposta de pesquisa, não em todas edições selecionadas, mas em bom número delas, ora citado favoravelmente, ora questionado, o que pede uma atenção no “como” se dá esta discursivização.

O coletivo de cientistas afirma que suas conclusões são baseadas em “grandes quantidades de dados novos e mais abrangentes, análises mais sofisticadas dos dados, melhor compreensão dos processos e sua simulação em modelos, e uma análise mais ampla das faixas

de incerteza” (GRUPO DE TRABALHO I, 2007, p. 3). O relatório de 2007³¹ expressa o consenso científico em torno da evidência do aquecimento do sistema climático global e a respeito da vulnerabilidade de todo o planeta ao fenômeno. A gravidade das projeções “alertou o mundo para a urgência da mitigação das mudanças climáticas: adoção de medidas que atenuem o efeito estufa nos próximos anos e décadas, antes da ocorrência de impactos praticamente irreversíveis para o retorno à situação original” (CORTIZO, 2007, 362).

Além de ampla atenção jornalística, a última edição do Painel Intergovernamental de Mudanças Climáticas conquistou notoriedade ao receber o Nobel da Paz em outubro de 2007³². A distinção foi dividida com o ex-vice-presidente dos Estados Unidos, Al Gore, pelo trabalho como protagonista e divulgador do documentário “Uma verdade inconveniente” (GUGGENHEIM, 2006), um dos principais responsáveis pela maior popularização da problemática das mudanças climáticas a partir do final de 2006, também premiado com Oscar na categoria de documentário. O filme versa, principalmente, sobre a influência humana na construção do aquecimento global, apresentando dados e prognósticos, além de enumerar ações esperadas da esfera governamental e privada, dos indivíduos enquanto sociedade, na minimização do problema. A busca da sustentabilidade deve ser meta, sugere.

O cenário que se abre é de conflitos em torno da enunciação dos “novos” e mais eficazes caminhos para as problemáticas ecológicas, de forma a dar conta dos riscos de uma catástrofe climática de forma mais efetiva. O acontecimento discursivo que inaugura a linha de entendimento que guiou a presente pesquisa sugere uma nova frente de operação em termos de dicotomias, produtivas para o jornalismo. Dizer o que funciona exige que os conflitos sejam encenados, abrindo espaço para as oposições que, logo adiante, vão figurar nas páginas das revistas: cientistas *versus* ambientalistas, céticos *versus* dogmáticos, ambientalistas *versus* governos, por exemplo.

Ao debater uma dimensão política para o enfrentamento das mudanças climáticas, Giddens (2010) defende uma ação contundente e multisetorial. Por mais que fique claro para o pensador um cenário de crise ambiental, Giddens não opta pelo catastrofismo, ao qual faz sérias ressalvas. Prefere sublinhar o aspecto paradoxal da questão, contornando o desenho pessimista com a perspectiva do risco, que demanda um agir combinado, porém de difícil

³¹ Entre as mais importantes repercussões de cunho político, as informações elencadas pelo Quarto Relatório nortearam as discussões da Conferência das Nações Unidas sobre a Mudança Climática, em Bali, em dezembro de 2007. Essa cúpula internacional teve representações de mais de 180 países e firmou as bases das negociações para o estabelecimento de um novo acordo, até o final de 2009, para substituir o Protocolo de Kyoto na meta de redução dos gases causadores das mudanças ambientais globais.

³² Disponível em: <http://nobelprize.org>. Acesso em: 3 fev. 2010.

equação: englobar indivíduos, empresas, organizações e setor público. Giddens considera o Estado um ator fundamental, de quem é esperado um protagonismo na convergência por soluções. Seu diagnóstico, entretanto, é de que muito pouco ou nada foi feito para alterar hábitos e modelos que originam previsões de catástrofes climáticas e sociais de proporções épicas, dada a ausência de políticas concretas e de análises bem desenvolvidas sobre a problemática das mudanças ambientais, seja em âmbitos nacionais ou internacionais.

A principal crítica do autor inglês é aos países desenvolvidos, historicamente os que mais contribuíram para o aumento da poluição e dos quais se esperava, nas tentativas de acordos de redução de emissões, como o Protocolo de Kioto, assinado em 1997, um corte mais drástico da produção de gases nocivos, bem como na promoção de políticas claras de eficiência energética, sustentabilidade e convergência política. E, apesar de defender que as sociedades liberais favoreceram o desenvolvimento científico, por exemplo, o autor é categórico ao conclamar “um maior intervencionismo do estado pelo fracasso da desregulamentação e a predileção pelo curto prazo” (GIDDENS, 2010, p. 125). A análise apresentada em seu recente livro evidencia que, por ora, as iniciativas mais relevantes têm brotado de ações pessoais e da energia da sociedade civil.

No sempre polêmico debate, Latour (2006) traz hipóteses em torno de uma saída política para os problemas ambientais. Segundo o pesquisador, há inadequações nos modos de entender, separar e aproximar ecologia e política. E elas geram disputas, como a dúvida sobre a “salvação”, se via uma ecologia científica ou uma ecologia política, diferentes entre si e justapostas a outras categorias, como o ecólogo e o ecologista militante. Latour defende que a ecologia política não saberia conservar a natureza sozinha, mas seu espírito deve ser mantido como uma espécie de estado de “guerra” a ser acoplado ao fazer científico, uma vez que ele não está interessado em distinguir os propósitos de conservação ambiental de cada um e, sim, numa união que garanta a primazia do ecológico como guia.

Lógico, desenha-se uma disputa de saberes em torno da temática ecológica e, tal como discute Leff (2006), a humanidade vive a construção de uma racionalidade ambiental adaptada aos novos contextos. Aí é preciso ultrapassar a imediata conclusão de que o jornalismo entra nesta orientação. O esforço deve ser explorar os conflitos no discurso.

É inegável, todavia, que a necessidade de construção de uma racionalidade ambiental é campo potencial para as revistas. Quando Leff (2006) estabelece a noção de racionalidade, fala de um sistema de regras de pensamento e comportamento dos atores sociais para certos fins, por meios socialmente construídos (caráter estrutural). Este conceito é trabalhado a partir

de Max Weber por um viés tríplice: (a) racionalidade formal e teórica, (b) racionalidade instrumental e (c) racionalidade substantiva. Importante pensar esta noção em seus reflexos nos processos discursivos, ideológicos e institucionais, que “orientam” e “legitimam”.

A proposta de Leff é de que a racionalidade ambiental permitiria sintetizar os princípios materiais e axiológicos do discurso ambientalista, desconstrução da racionalidade puramente econômica e transformação dos aparelhos ideológicos, um amplo questionamento da racionalidade moderna. Assim, ela não é a expressão de uma lógica, mas efeito de “um conjunto de práticas diversas e heterogêneas que dão sentido e organizam os processos sociais” (LEFF, 2006, p. 125). Inclui a formação de uma consciência ambiental, a democratização do estado e participação social, uma dialética de transformação do conhecimento e das bases materiais dos processos produtivos; é debatida como um conceito heurístico, dinâmico e flexível para analisar e orientar os processos e as ações ambientalistas. Além disso, útil para sistematizar os enunciados teóricos do discurso ambiental, analisar sua coerência.

Seu peso como categoria indica, para o autor, que a racionalidade ambiental poderia refuncionalizar a racionalidade econômica, sobrepondo-se ao irracional (degradação), permitindo desconstruir e (re)construir, a partir de pluralidades:

- uma racionalidade substantiva – processos sociais fundados na idéia de desenvolvimento ecologicamente sustentável, uma cultura ecológica e democrática.
- uma racionalidade teórica – produção conceitual orientada nos princípios ambientais tendo em vista um novo paradigma de produção científica, cultural e tecnológica; diversidade; integração diferentes formações ambientais.
- uma racionalidade técnica ou instrumental – internalizar os “custos” ecológicos; planejamento e gestão ambiental que possam unir ecológico / social / cultural;
- uma racionalidade cultural – valores culturais implícitos; práticas e saberes tradicionais tendo valor na mediação sociedade-natureza.

A emergência da questão ambiental como elemento a ser assimilado na contemporaneidade, como problemática social e ecológica, pede um método e um pensamento de complexidade. A questão do verde, enquanto ponto de partida, deveria induzir efeitos de transformação de diferentes disciplinas e paradigmas científicos e na produção e integração de conhecimentos. Como saber, o ambiental não é um “saber tudo” sobre o ambiente, mas incorporação de diversidades. Ele tem uma posição de externalidade ao desenvolvimento das

ciências e gera uma demanda de saber que repercute no desenvolvimento e aplicação dos conhecimentos.

A ideia do espírito a que faz referência Latour (2006) merece ser destacada pois há algo de valor nessa noção, algo de valor discursivo, mais precisamente, que fornece fios ao dizer jornalístico acerca do ecológico. Pensar a acolhida e a operação desse espírito dentro do discurso jornalístico é caminho para seguir no relato da pesquisa. O espaço aberto pela necessidade de uma racionalidade ambiental passa a ser aproveitado pelo Campo Jornalístico para também atualizar a sua ação e seu dizer. Um discurso que, apesar de marcado por afetações institucionais e mercadológicas, traz em si um efeito do espírito do verde, em especial ao eleger o eixo da sustentabilidade na abordagem. Antes de avançar neste ponto específico, contudo, é preciso situar adequadamente o Jornalismo e as noções mobilizadas para adentrar a trama discursiva.

3 Ler de perto o jornalismo

O DISCURSO JORNALÍSTICO é o objeto teórico deste trabalho, cuja dimensão empírica é dada por textos editoriais e reportagens de capa das revistas que compõem a amostra analisada, conforme apresento no capítulo seguinte. Busco cercar os textos jornalísticos em seus esforços de tocar o leitor ao situar lugares, sejam empíricos, do ponto de vista de uma prática que parte de um lugar social, em uma dada formação social, sejam imaginários, da ordem do discurso e sua relação com os referentes dos quais se alimenta. Além disso, foi interesse trabalhar com os mesmos textos que chegam ao leitor, porém empreendendo um movimento de destecer, para tornar visível a discursividade ali materializada. Nesta atitude, não está desconsiderado o processo jornalístico porque, conforme sinaliza Silva (2008), “em um único ponto do circuito escolhido como objeto de trabalho podemos localizar informações que mostrem os demais” (SILVA, 2008, p. 07).

O trabalho de descrição do discurso e suas condições de produção deve partir das inscrições do texto, desprendendo dele as pistas acerca das determinações sociais e da atividade do sujeito. Não se trata de um exercício linear ou unidirecional, porém: “é num ir-e-vir, do plano do analista com sua teoria para o texto e vice-versa, que as pistas são localizadas e trabalhadas” (VOESE, 1997, p. 11).

Milton Santos defende que todo período histórico abarca um conjunto correspondente de técnicas que o caracterizam. Do mesmo modo, haveria uma família correspondente de objetos. Novos sistemas de objetos, sincronicamente, também respondem ao surgimento de cada novo sistema de técnicas. O andar do tempo acomoda o arranjo de objetos diferentes: “Em realidade, não há apenas novos objetos, novos padrões, mas, igualmente, novas formas de ação” (SANTOS, 2002, p. 96), algo que tenho visto no interesse crescente pela reflexão acerca das práticas jornalísticas, em especial pelo viés da linguagem como caminho de interpretação e apreensão do objeto de interesse da pesquisa aqui relatada.

Está em movimento no Campo, portanto, um esforço necessário de produção de um sistema conceitual (GONÇALVES, 2006) para dar conta das peculiaridades do jornalismo enquanto prática discursiva e com o qual o presente texto busca dialogar no decorrer de seu percurso, considerando que “ler os objetos equivale a reincluí-los no conjunto das condições relacionais” (SANTOS, 2002, p. 97).

É demarcado neste trabalho que o jornalismo é discutido enquanto prática discursiva. A constituição do *corpus* discursivo, portanto, considera as contribuições da Análise do Discurso (AD), na chamada linha francesa, debatidas a partir de um lugar de fala que é o Campo do Jornalismo como ambiência primeira, de origem. Mesmo assim, sublinho, a AD

não está aqui como método tomado de empréstimo. Seus procedimentos dão suporte para a leitura proposta nos objetivos apresentados há pouco. A atitude que defendo, todavia, é da AD como uma matriz ampla, que perpassa o todo, o dispositivo teórico-metodológico inclusive. Por tal característica, é essencial que as noções operatórias sejam postas em atuação no espectro do trabalho, e que dessa relação algo seja extraído, ao final, também como resultado que diga da historicidade da investigação e seus apontamentos.

A expressão “ler de perto”, que advém de Althusser (1978) e encontra eco em Pêcheux (1995), designa o embate que demarca as perspectivas teórico-analíticas da AD. É aqui empregada para dizer que “ler” consiste em ponto fundamental na AD ao intervir sobre o papel dos interlocutores de um discurso e sobre o objeto do seu dizer. E sendo o discurso jornalístico o interesse deste texto, convém sublinhar que ele, enquanto sistema organizado, traz em si a marca de ser disseminador de leituras para o mundo, mas obedecendo um contexto muito próprio de produção.

As leituras que o Jornalismo oferta, como resultado legitimado³³ de seu fazer, necessitam ser (re)lidas por meio de dispositivos muito próximos do foco de interesse, construídos pelo analista, de forma a permitir o tensionamento do texto enquanto superfície de emergência (FOUCAULT, 2005), expressão que não deve ser tomada na superficialidade que eventualmente possa sugerir, mas, sim, na perspectiva de que adentrá-la dá acesso à trama discursiva e permite ver o funcionamento do discurso. A processualidade manifesta no texto aparece pela desconstrução da relação entre marcas, condições de produção e lugar social de onde provém o dizer. E, mais ainda, como os próprios sujeitos constroem a si próprios nesse dizer, o que considero fundamental na leitura do discurso jornalístico, uma vez que

A enunciação jornalística implica um determinado conjunto de opções mais gerais e abstractas que se fazem sentir como regras em relação à enunciação editorial: independentemente das opções editoriais de um medium específico, sabemos reconhecer um discurso jornalístico por um conjunto de traços empiricamente verificáveis: organização do discurso, estilo, intencionalidade, etc. Por outro lado, a enunciação jornalística implica sempre uma pretensão de validade determinante que constitui uma das suas diferenças: a pretensão de verdade, a relação com o estado de coisas e as pessoas do mundo objectivo (CORREIA, 2009, p. 27).

Esta pretensão de validade é uma das características que permite distinguir as processualidades do jornalismo de outros discursos, sua inscrição em um processo de regulação e enquadramento, no objetivo de tornar compreensível o imprevisível, ocupando-se em integrar o novo ao já existente (RODRIGUES, 1999). Desta forma, diante dos produtos

³³ Legitimidade que o jornalismo faz questão de trazer à tona regularmente. Debaterei tal questão no relato dos resultados da análise.

jornalísticos, a recorrente pergunta “por que as notícias são como são?” (TRAQUINA, 2004) desdobra-se, via AD, em “como apareceu determinado discurso, e não outro em seu lugar?” (NAVARRO, 2006, p.76). O discurso jornalístico, assim como todo discurso, é dirigido por vontades outras, da ordem da enunciação, anteriores ao dizer. Nele estão presentes expressões objetivas sobre a realidade e que trazem coladas, como sustentação, um processo imaginário e ideológico de cujos efeitos de sentido dependem de uma complexa rede. Os produtos jornalísticos têm um caráter polissêmico³⁴ essencial, são linguagem. Mesmo assim, o lugar institucional e profissional do jornalismo ainda resguarda e retrabalha constantemente um estatuto simbólico de objetividade e imparcialidade³⁵, como a própria análise discursiva aqui desenvolvida procurará trabalhar. Esse esforço se traduz em regras, procedimentos de apuração próprios ao Campo, incorporados ao imaginário sobre o Jornalismo.

Discurso é processo em curso, não cabendo pensá-lo como um conjunto de textos. O que o caracteriza é ser uma prática, uma forma de intervenção no mundo. A afirmação de Maingueneau (2007) reflete sobre uma visão conceitual, tomada de empréstimo de Foucault (2005), que sublinha a necessidade de articulação das perspectivas do dizer com o funcionamento de grupos que as gerem. Desse modo, há um intrincamento entre discurso e lugar, ou discurso e instituição, para seguir na esteira de Foucault.

3.1 Pensar o jornalismo de revista

Para explorar o discurso jornalístico, cabe ainda uma particularidade. Na especificidade deste estudo, é pensá-lo pela sua inserção nas lógicas midiáticas, no mercado formado pelo conjunto dos meios de comunicação. É preciso considerar o discurso jornalístico das revistas pela sua vinculação a uma editora, instituição que as mantém, organiza e define: a Editora Abril. Este não é um estudo de mídia, mas, sim, um estudo do

³⁴ Já Furtado (2000) debate a junção dos tipos pedagógico e autoritário, conforme classificação de Orlandi (1996) para classificar o discurso jornalístico, dada a forma pela qual é construído. O autoritário estaria na ausência do referente, oculto pelo dizer. A autora considera que há ênfase em um agente exclusivo, o que resulta na polissemia contida” (FURTADO, 2000, p.121). Sobre esta última questão, acredito que há um esforço de conter a dispersão, fundador da própria vontade de verdade do jornalismo, excludente por natureza.

³⁵ O conceito de objetividade é debatido por Soloski (1999), Tuchman (1999), Hackett (1999) e Moretzsohn, (2007). Descreve uma norma jornalística e liga-se “à relação existente entre as declarações jornalísticas e a realidade” (KUNCZIK, 1997, p. 223). Tuchman (1999) considera a objetividade como um ritual estratégico, invocado pelos jornalistas para eximir-se dos riscos da profissão. A objetividade é assegurada por procedimentos estabelecidos pelos jornalistas – por exemplo, citar declarações de entrevistados, sobrepostas a uma fé simples nos fatos. Da mesma forma, Soloski (1999, p.96) a vê como “um modo eminentemente prático – e aparentemente altamente bem-sucedido – de lidar com as complexas necessidades dos jornalistas, das organizações jornalísticas e dos públicos”. Para o autor, a objetividade exigida dos jornalistas não significa a observação imparcial dos acontecimentos, mas um relato imparcial e equilibrado.

jornalismo como parte do universo midiático. Interessam, portanto, suas peculiaridades, sem desconsiderar os vínculos diversos que o sustentam.

Faço esse apontamento apoiado em Silverstone (1999), para quem “estudar a mídia” é problematizar a sua experiência “nas realidades cotidianas”. Em termos metodológicos, Silverstone até desloca o olhar da produção para a relação produção-consumo e para as particularidades desse consumo. Sugere considerar como a mídia constrói também o seu consumo, tensionando todos os aspectos da participação dela na vida contemporânea. É este o espaço que fundamenta o estudo de um produto da mídia:

É no mundo mundano que ela opera de maneira mais significativa. Ela filtra e molda regularidades cotidianas, por meio de suas representações singulares e múltiplas, fornecendo critérios, referências para a condução da vida diária, para a produção e manutenção do senso comum (SILVERSTONE, 1999, p. 20).

Para o autor, esse senso comum é significação compartilhada e, pela sua força, pelo seu caráter naturalizado, invisível. Desse “senso” partilhado é que depende a mídia. Além disso, é pelo senso comum que os cidadãos tornam-se aptos a partilhar suas vidas com os outros, e distingui-las umas das outras. A discussão de Silverstone faz pensar sobre o papel do jornalismo ao apontar saídas possíveis para os temas cuja relevância constrói em seu dizer, nos movimentos que estabelece no espaço e no tempo, de forma a entender os meios como resultado de uma processualidade discursiva, social e histórica, portanto.

As imbricações são várias, uma vez que a compreensão da própria contemporaneidade, como aponta García Canclini (1997), depende do estudo da comunicação. Não só porque os meios criaram uma esfera pública de discussão de questões que outora a maioria das pessoas não teria acesso, mas por produzirem uma leitura do mundo e do tempo presente fundamentada na ilusão de abarcar a complexidade da realidade. E é por essas possibilidades que também se modifica o tipo de relação que as pessoas estabelecem para sua vida no contexto social. Justo pela atuação dos meios, afirma o autor, é que é possível reconhecer e acalmar as tensões que emergem no social.

Nessa processualidade, tanto a estrutura quanto o conteúdo das narrativas jornalísticas e das narrativas dos discursos cotidianos permitem moldar e avaliar a experiência. Um “vai e vem” em que o público e o privado se entrelaçam narrativamente, misturando-se e operando trocas de significados; uma esfera acaba por influir na compreensão da outra, um aspecto fundamental do contemporâneo, tempo no qual os dispositivos midiáticos permitem essa mobilidade entre espaços individuais e coletivos, espaços globais e locais. Para se situar no contexto, o cidadão pode acionar estes significados midiáticos e recontados em sua rotina:

Nossa jornada diária implica movimento pelos diferentes espaços midiáticos e para dentro e fora do espaço da mídia. A mídia nos oferece estruturas para o dia, pontos de referência, pontos de parada, pontos para o olhar de relance e para a contemplação, pontos de engajamento e oportunidades de desengajamento (SILVERSTONE, 1999, p. 24).

Os produtos midiáticos, por efeito, são nosso “cotidiano e ao mesmo tempo uma alternativa a ele” (SILVERSTONE, 1999, p. 25). Permitem que as vidas sejam administráveis na medida em que ofertam um mínimo de ordem no global, ordem suficiente para fornecer seguranças que possibilitem atravessar a existência. E é entrando no pormenor, acolhendo a vida do seu leitor, mesmo que de forma imaginária, que o jornalismo discursivamente o interpela e é interpelado por ele; um entrelaçamento que interfere em seu conteúdo e em sua forma.

A onipresença dos meios nas sociedades ocidentais e sua imbricação na percepção do cotidiano, em especial pela atuação do jornalismo diário, tem sido um dos focos hegemônicos de reflexão conceitual e empírica sobre jornalismo no meio acadêmico. Como demarcado, interessa aqui uma temporalidade ampliada do jornalismo, a temporalidade e a atualidade manifesta nas revistas. Antes de debetê-las em específico, cabe ampliar a discussão sobre um contexto mais geral que circunda a prática jornalística. Nela situarei um panorama para a compreensão do jornalismo de revista naquilo que é objetivo da pesquisa.

Tensionar a discursivização da imagem do Campo e suas práticas nos textos jornalísticos permite debater melhor o que as revistas analisadas tomam para si como tarefa. Para tanto, é possível considerar o que diz Del Rey Morato (1988, p. 16) acerca do sujeito ocidental, o *homo actualis*, diante da onipresença da informação jornalística, para ele um sujeito “imerso en la actualidad, y acaso no sabe lo que esto supone. Sabe lo que pasa, pero no sabe qué es lo que pasa. Conoce lo que acontece, pero no conoce qué es lo que acontece, ni ha reparado en el hecho de que lo que acontece le implica, porque es parte de ese acontecer”. Cabe entender, porém, que é justamente nisso que o autor diz escapar da compreensão do público que inicia a fundação de um jornalismo que responda a esta falta. Nasce aí um contrato, ou uma promessa, tal entende Correia (2009), e que estará presente na ideia de revista e na construção de um lugar para o seu jornalismo. Está presente, ainda, o efeito da função social do Campo, assim descrita por Franciscato (2005, p. 167):

Como instituição social, o jornalismo cumpre um papel social específico, não executado por outras instituições. A instituição jornalística conquistou historicamente uma legitimidade social para produzir, para um público amplo, disperso e diferenciado, uma reconstrução discursiva do mundo com base em um sentido de fidelidade entre o relato jornalístico e as ocorrências cotidianas.

Esta promessa recobre a diferença simbólica percebida nas revistas ao dizerem sobre si, sobre seu fazer, algo que este trabalho observou ao procurar dar conta de um jornalismo diferente do que chega, por exemplo, ao leitor das páginas de um jornal diário e na compreensão de notícia. Fica estabelecida, assim, a perspectiva por meio da qual o jornalismo é tratado aqui, a da vinculação a uma atualidade alargada, que ultrapassa uma factualidade cotidiana como referência primordial. Desta forma, é a perspectiva da reportagem que interessa a esta investigação. Os aspectos que envolvem a notícia não são desconsiderados. Exploro, no entanto, o que há no sistema de ordem diferenciado do jornalismo de revista, levando em conta a tarefa que o jornalismo assume, de desambiguar o mundo ao construir “modelos de compreensão da realidade” (MARIANI, 1999, p. 112), considerando o modo como as revistas apresentam o seu discurso no contexto atual, assumindo-se diante de complexos temas da contemporaneidade, como é o caso da questão ambiental.

O verde como tema nas revistas resulta da dupla emergência já mencionada, indicadora de pistas para perceber as questões que aqui interessam. Ao mesmo tempo em que o tema consolida uma centralidade no contexto contemporâneo, o jornalismo coloca-se no tema também, de forma editorialmente intencional. Nesse movimento, cabe tensionar seu dizer sobre uma atualidade como superfície organizada, mas “sob a qual ferve um mundo contraditório, imperfeito” (CHAPARRO, 2001, p. 26). Por pertencer “a la sensibilidad de los tiempos” (DEL REY MORATO, 1988, p. 50) o discurso jornalístico é permeado por ofertas de leituras sobre modos específicos de vivenciar situações num tempo presente. Desta forma, assume-se como um discurso imbricado na contemporaneidade, não apenas como lugar do atual mas, especialmente, de compartilhamento sobre o que importa saber agora e como deve agir o sujeito do seu tempo.

A atualidade, portanto, não é apenas característica patológica do jornalismo, mas deve ser pensada como resultado da construção informativa inscrita em um espaço temporal, uma vez que “el sentimiento del tiempo del habitante de las sociedades industrializadas del occidente no es ajeno a la actividad periodística, y a su producto final, la actualidad” (DEL REY MORATO, 1988, p. 57). Assim, o jornalismo não é apenas uma prática imbricada na atualidade, mas produtora simbólica desta.

Nas revistas, esta atualidade transpassa os temas abordados e lhes confere um estatuto atual, ao mesmo tempo que mostra leituras possíveis para a percepção desses temas. Nas notícias, Del Rey Morato enxerga uma ilusão, a de estar informado, de estar “a la última”. Já na reportagem das revistas, vejo o efeito de como encaixar as últimas na atualidade percebida

tematicamente. Além disso, o discurso jornalístico produz a atualidade justamente pelo que cabe em sua ordem. Del Rey Morato (1988, p. 61) ainda lembra que o emergir de “un nuevo orden entre el plano de los referentes y la sociedad no supone caos. Por el contrario, si hay un mundo ordenado, ese es el de la actualidad. No hay caos en él, sino apariencia”, talvez a principal característica da temporalidade complexa (FRANCISCATO, 2005), na qual estamos imersos.

Demarcada a visão teórica geral sobre jornalismo, cabe, considerando-a, avançar na inserção da revista, como meio, produto e dispositivo do campo, e como lugar onde a prática discursiva de interesse do presente trabalho tem lugar.

Como produto e meio de comunicação, a revista tem origem na explosão tipográfica do século XIX na Europa e nos Estados Unidos. Emerge como dispositivo importante no crescente mercado de publicações sobre o cotidiano. Em sua origem, as *magazines* traziam laços estreitos com a literatura, característica que as acompanhou até o início do século XX (TAVARES e BERGER, 2009). Aos poucos, a constituição de um mercado editorial e a força da indústria cultural expandiram as diferenças em relação a outros periódicos impressos e impulsionaram o afinamento das peculiaridades de linguagem e de circulação.

Magazine (no inglês) e *magasin* (em francês) têm fios no árabe *makhazin*, a raiz que também deu origem ao substantivo magazine em português, apesar da popularidade do termo revista³⁶, que se mantém até hoje (ALI, 2008). Este, associado ao verbo revistar, no sentido de examinar, natural ao “teor interpretativo do universo das revistas” (CARDOSO, 2008, p. 1553), em seu viés de proporcionar não a informação imediata do acontecimento, mas o esclarecimento dos principais fatos que merecem o interesse do público, auxiliando em sua reflexão.

As diferenciações em relação ao jornal impresso, no olhar panorâmico e na oferta de conteúdo diversificado, tiveram papel na formação de uma identidade de produto e de fazer. Também foram importantes a busca por uma conversa próxima ao leitor, bem como a preocupação com o apuro estético. Desde a origem, as revistas têm trabalhado com um público mais reduzido, o que também possibilitou a sua especialização, podendo explorar determinados temas ou fazer deles sua linha de atuação. Além disso, o formato, o suporte e a periodicidade dão tons diferenciados ao seu discurso, um olhar distinto sobre o mundo e uma particular diferença no seu próprio fazer.

³⁶ Historicamente é possível perceber uma distinção da revista, em seu crescimento como produto de mercado, dos magazines literários, em uma dimensão mais tradicional de formato, por exemplo.

Algumas definições na literatura nacional dão conta justamente destes aspectos ao cercar a revista como publicação periódica de formato e temática variados (NASCIMENTO, 2002), diferente do jornal pelo tratamento visual e textual, em outro patamar de imediatismo, mais analítico. O caráter da revista é o de um “produto, um negócio, uma marca, um objeto, um conjunto de serviços” (SCALZO, 2004, p. 11). Já Sodré (1977, p. 40) nomeia as revistas como extensão da imprensa diária, voltadas a comentários e opiniões, e como responsáveis por aprofundar os temas. Vilas Boas (1996), por sua vez, centra-se no aspecto informacional, sugerindo que as revistas devem ocupar os vazios informativos deixados pela cobertura diária. Ao mesmo tempo, define a revista pelo seu texto, inscrito e condicionado, segundo o autor, pela matriz constituída pela revista e fundamentada no contrato comunicativo, bem como na possibilidade de dialogar com um público específico e as demandas deste.

O contrato de comunicação (CHARAUDEAU, 2006) permite um trabalho de homogeneização do sujeito num determinado tempo histórico. Da ordem das Formações imaginárias, o contrato é um acordo tácito entre os sujeitos, o que escreve e o que lê, “sobre as regras daquele texto, segundo os dispositivos de enunciação definidos também pelo suporte em que esse texto produz sentidos” (BENETTI, 2007, p. 38). Trata-se de um contrato temporalmente anterior, que define um gênero discursivo, o gênero do discurso jornalístico – historicamente construído –, no qual fatores como a credibilidade e o compromisso informativo atuam como fortes marcas identitárias.

Nas revistas, o compromisso informativo tem a adição de outros componentes. Como afirma Scalzo (2004, p. 13), essas publicações cobrem funções “mais complexas que a simples transmissão de notícias; entretêm, trazem análise, reflexão, concentração e experiência de leitura”. Tavares e Berger (2009, p. 310) ressaltam o papel de veicular conteúdos que “armazenam”³⁷ informações “mais substanciais e menos pontuais”. Até por isso, e não só pela periodicidade diferenciada do jornal, nas revistas o texto (e seus referentes) são tramados por diferentes regimes de tempo e de prática.

No primeiro aspecto, a temporalidade, a revista opera por lógicas diferenciadas de produção e circulação. Ao tomar nas mãos um exemplar, o leitor não tem apenas aquela edição diante de si, mas tem as referências de um passado, no qual se inserem os números anteriores; e um futuro, uma sobrevida própria da permanência da revista como documento, ademais da sequência de números posteriores a serem publicados. Os conteúdos, por mais ligados que estejam a fatos ocorridos em dias próximos à data de publicação, como no caso

³⁷ A língua portuguesa mantém o significado de armazém na palavra magazine.

das semanais, discursivamente trazem laços com questões próprias daquela revista, conformações esperadas para aquele título, para cada editoria. Ainda sobre o suporte, o papel garante a continuidade no tempo e, mais do que isso, a possibilidade da volta do manuseio (leitura posterior, guardar revistas, colecionar), o que produz, por sua vez, novos efeitos de sentido.

Os efeitos de sentido no texto das revistas ainda requer a atenção sobre outro elemento já citado: a proximidade com o leitor. A relação de intimidade com o público resulta em uma produção, em essência, centrada no indivíduo, uma relação feita de “confiança, credibilidade, expectativas, idealizações, erros, pedidos de desculpas, acertos, elogios, brigas, reconciliações” (SCALZO, 2004, p. 12). O jornalismo de revista chama a subjetividade de cada leitor e propõe, no contexto liberal capitalista em que vivemos, a tematização do mundo, trazendo o social para o privado, o coletivo para o individual e, neste terreno, oferecendo orientações sobre os temas que julga importantes para o contexto social de seus leitores.

Cabe sublinhar, mais uma vez, a relação inerente do discurso jornalístico com os demais Campos Sociais, mediando aspectos da vida contemporânea pelos seus recortes temáticos, atualizando os mesmos temas ao tempo em que se vive, (re)alimentando, interdiscursivamente, os sentidos acerca da vida social. Ponte (2005, p. 99) pensa a questão na perspectiva de que os campos semânticos construídos pela linguagem constituem esquemas de classificação que permitem a acumulação da experiência. A oferta de esquemas de classificação para diferenciar os objetos constitui uma espécie de “acervo social de conhecimento”.

Diversos trabalhos têm mostrado que o jornalismo de revista assume uma entonação disciplinar e performativa (PRADO, 2005), na tentativa de moldar o que é normal, desejável e aceitável. O próprio ritmo de fechamento de uma revista possibilita um planejamento de suas pautas e investimento na investigação, sem contar a rede discursiva que um mesmo número pode mobilizar, aliando flexibilidade de construção textual, colunistas e design gráfico. São grandes quantidades de informação estruturada, repetida e coerente, elaboração permitida pelo intervalo de circulação.

A periodicidade, semanal ou mensal, deve ser colocada em perspectiva, no aspecto da sua “visibilidade” anual, no entanto. É este o espaço de organização da revista, sua atuação ao longo de mais um ano de bancas, suas capas, suas edições especiais. É o que ocorre, por exemplo, nas Edições Verdes, guias, números temáticos que se repetem. Na tematização da questão ambiental no contemporâneo há mecanismos que o tema aciona, a ponto de estruturar

uma editoria específica, um projeto editorial e institucional, os números extras, as reportagens especiais, a presença para além do factual. Além disso, a edição de números especiais extrapola seu regime temporal natural (em ano, 52 ou 12 edições, por exemplo) trazendo um efeito de relevância simbólica da ocorrência daquele número extra e dos aspectos que a revista julga mais importantes naquele eixo temático.

A imbricação do discurso jornalístico na atualidade (DEL REY MORATO, 1988; FRANCISCATO, 2005), confere a ele um ar de novidade e de ligação entre diferentes atores sociais, não limitado a um aspecto espacial/físico, mas de compartilhamento de sentidos, de orientação sobre formas de ação social. O discurso jornalístico traz um efeito de recorte natural, lógico e possível sobre o tema que apresenta. Ao mesmo tempo, merece atenção o fato de que a abordagem do mesmo nas páginas de uma revista reitera a relevância pública deste que, convertido em matéria jornalística, assume o efeito de indispensável ao cotidiano do leitor, uma vez que este mesmo tema advém das próprias demandas contemporâneas, da vida social enquanto provedor do dizer das revistas e sua qualidade de abordagem importante, interpretativa e completa.

Lustosa (1996) destaca que as revistas não trabalham com base em dados fortuitos, acidentais, mas ligadas a uma cadeia de acontecimentos (inerentes ao fato ou tema em questão) e, com a investigação e o estabelecimento de relações de um acontecimento com outros, históricos, a revista constrói um texto “redondo”, expressão usada nas redações para indicar “uma matéria em que não falta nada para o leitor entender tudo o que existe em torno do assunto” (LUSTOSA, 1996, p. 105).

Os “discursos sobre” são discursos intermediários, falam sobre um discurso de origem, situando-se entre este e o receptor³⁸. Como reflete Mariani (1998), de um modo geral os discursos sobre representam lugares de autoridade em que se efetua algum tipo de transmissão de conhecimento. O falar sobre orbita pela relação entre o descrever acontecimentos e singularidades e estabelecer a relação destas com um campo de saber já reconhecido pelo leitor. No caso do discurso jornalístico, em especial no observado aqui, pode funcionar como produtor de um distanciamento e na projeção de uma imagem de observador imparcial, que relata o que comprovou, ou como é comum nos textos que foram objeto da presente investigação, na estratégia de enquadramento do grau de especialização que embasa as escolhas feitas no trabalho de reportagem.

³⁸ Utilizarei “receptor” e “leitor” para determinar que seus lugares estão marcados no discurso, tal discute Pêcheux (1995) nos esquecimentos 1 e 2, assim como na conceituação de formações imaginárias. Não indicam, contudo, posição passiva na interlocução.

A elaboração que dá corpo ao jornalismo de revista, a partir de temporalidades mais amplas, faz com que os fragmentos do mundo apareçam principalmente inseridas no interior de temáticas próprias da configuração de determinada publicação ou de um projeto editorial. Lendo a proposta de Mira (2004), é possível ver que nessa priorização temática há o reflexo de um fenômeno histórico, um dos traços mais marcantes da produção cultural do século XX: a segmentação. Em países que presenciaram, ao longo do século passado, uma intensa modernização da imprensa, o número de publicações especializadas ou temáticas, voltadas para segmentos específicos de público, está diretamente ligada ao movimento de crescimento de Grupos Editoriais específicos e da compreensão, por parte destes, das lógicas da segmentação mercadológica, baseada nas mudanças sociais.

Apoiada em Renato Ortiz, que afirma que a diferenciação entre massa e segmento é falsa, havendo aí apenas uma diferenciação de grau de padronização, Mira (2004) chama a atenção para como, no último século, foram se constituindo grupos distintos na sociedade, com identidades próprias, mas com características compartilhadas entre os indivíduos que os compõem. Desse contexto, pode-se pensar uma ideia atualizada de “padronização”, conceito desenvolvido por Adorno e Horkheimer em sua teoria sobre a “indústria cultural”, que diria respeito a uma produção cultural midiática que, baseada no consumo e no mercado, é atenta a lógicas identitárias e culturais mais amplas, ao mesmo tempo em que as determina.

O êxito de determinados nichos editoriais no mercado de revistas teve como motivação o olhar para coletivos identitários que se tornaram visíveis com os movimentos políticos e culturais das últimas décadas do século XX. A segmentação é estratégica no contexto das publicações, considerando que “os consumidores têm necessidades diferentes, cujo atendimento por produtos específicos pode ser, dependendo do caso, mais lucrativo do que a atuação às cegas no mercado de massas” (MIRA, 2004, p. 248). No mesmo passo, as revistas atentam para uma “política das identidades”, que está ligada à formulação por grupos sociais distintos, de um conjunto de valores que lhes permite ajuizar sobre suas escolhas e identificações, o que também se refletirá mercadologicamente.

Entre as lógicas presentes em uma editora ou em uma revista específica (considerando também a inserção “invisível” da primeira na segunda), ganha importância o plano ou projeto editorial. Como aponta Scalzo (2004, p. 61), é o plano editorial “que vai alimentar o plano de negócios e, por consequência, deve representar a visão exata da redação sobre a publicação, e sua relação com o leitor”. O plano estabelece os objetivos e a fórmula editorial, no que diz

respeito a uma publicação específica, diz de um referencial que ajudará a revista a posicionar-se objetivamente em relação ao leitor e ao mercado.

Um projeto editorial, nesse sentido, pode ser visto não só como representante de uma questão jornalística, como uma grade de onde emergem lógicas de uma publicação ou editora, mas, também, como dispositivo estratégico no ambiente formado na circularidade existente entre meio de comunicação e sociedade. No caso da revista, se visto a partir de temas e segmentos, o projeto editorial torna-se, sob essa ótica, um potente e “potencial” objeto de estudo para se pensar, sob um outro viés, as relações do jornalismo com uma empresa ou meio de comunicação.

Mais do que isso, se observados os projetos editoriais desde os lugares de sua materialização (os produtos e as estruturas editoriais onde estão inseridos) e não a partir de sua influência sobre rotinas produtivas ou aspectos estruturais da informação (fontes, *lead* etc), ganham relevo tanto o escopo do que se diz nestes projetos e de como isso se discursiviza nas publicações, quanto a maneira como se formatam em núcleos temáticos.

Fontcuberta (1993), mesmo referindo-se ao público e aos novos meios surgidos com os avanços tecnológicos, afirma de forma assertiva que quando “se habla de especialización no hay que referirse al tipo de medio o de audiencia sino a los *contenidos*” (FONTCUBERTA, 1993, p. 50, [grifo no original]). E enfatiza: “hay que repetir que no son los medios los que especializan sino los contenidos. En todo caso los nuevos medios facilitan la difusión de los contenidos especializados, aunque, hoy por hoy, es la prensa la que ha llevado más lejos la tendencia a la especialización” (FONTCUBERTA, 1993, p. 53).

Tematizar é incluído por Fontcuberta (1993) entre as funções sociais dos meios. A reportagem, por sua vez, talvez seja o espaço de excelência dessa função, além de ter um *status* privilegiado ao ser exercida na revista, pelo caráter (ou anseio) de aprofundamento sobre o que trata. Segundo a autora, a reportagem, no contexto dos gêneros jornalísticos, poderia ser classificada, juntamente com a notícia e a crônica, como um gênero textual informativo, sendo o exemplo por excelência das manifestações do tema no jornalismo já que ela não apenas acompanha a tematização determinada por um veículo ou seção, mas ultrapassa discursivamente o caráter puramente noticioso (no sentido de uma informação rápida e datada), podendo cumprir e exercer um caráter de aprofundamento sobre as temáticas de que trata, como também defende Echeverría Llombart (2004, p. 23):

reportaje es el texto periodístico fruto de una investigación profunda mediante la cual el periodista describe, explica, informa, relata, analiza, compara e interpreta.[...]

Antecedentes, contextualización, análisis, reacciones e interpretaciones son esenciales en este género. la consulta y contraste de múltiples fuentes, el empleo de diversas estructuras textuales así como una amplia libertad de recursos expresivos, lingüísticos y formales, convirtieran a este género en un texto de autor, generalmente firmado. Si el lector encuentra en la noticia una fotografía de la realidad, el reportaje le aporta una radiografía de la misma, una posibilidad de diagnóstico sobre el origen y las causas de lo que ocurre y sus posibles repercusiones futuras.

Tal entendimento abre espaço para um trabalho jornalístico em cima de processos e tendências, defende esta autora, o que coloca novamente em cena uma possibilidade de funcionamento temático, nos quais os referentes são inseridos e processados seguindo técnicas que marcam o fazer periodístico. No atual mercado editorial das revistas jornalísticas brasileiras, mesmo nas revistas semanais, a presença temática é bastante relevante. Os mapeamentos realizados por Augusti (2005) e por Vaz e França (2009) servem de exemplo. O primeiro (2005), estuda o período compreendido entre setembro de 2003 a setembro de 2004, constatando que, num total de 52 semanas, a revista VEJA trouxe 22 capas voltadas para a questão do comportamento, sem considerar aí, outros universos como saúde, alimentação etc. Já o segundo (2009), aponta que dentre as 51 edições de VEJA no ano de 2001, apenas 10 trouxeram matérias de capa referentes a “acontecimentos legítimos”, sendo as outras 41, referentes a matérias voltadas para questões temáticas – chamadas pelos autores de “acontecimentos legitimados”. Nas revistas especializadas isso é ainda mais concreto, havendo publicações que nascem e vivem em vista de uma só temática e outras que, partindo de um nicho editorial (classe social, faixa etária ou gênero), elencam uma série de temas respeitando algumas lógicas da segmentação cultural (MIRA, 1999).

O texto da reportagem, enquanto produto jornalístico, carrega um traço inerente de instituir-se como “notável” (BENETTI, 2007) no universo de enquadramentos possíveis ou, dentro da discussão apresentada aqui, fazendo as temáticas aparecerem em seu aspecto de atualidade, de algo realizável ou em desenvolvimento, ofertando dizeres intencionais, sempre produto de escolhas várias, da ordem da linguagem e de caráter editorial. Toda emergência materializada nas páginas das revistas está inscrita na ordem do discurso (RODRIGUES, 1993). Por esse viés, entendo que o mesmo ocorre em relação aos temas inseridos pela revista como algo particular ao leitor, aplicável em sua vida.

Na construção do que importa e de como importa, o ambiental reparte-se em diferentes perspectivas temáticas – economia, política, comportamento, consumo –, sem deixar de ser o tema “original” em questão. Mantidas as especificidades, esta visão assemelha-se ao que Genro Filho (1989, p. 163) identifica no trabalho de seleção do jornalismo (discursiva, no caso do presente trabalho), apoiado nas categorias hegelianas do “universal, particular e

singular”, trazidas pelo autor em sua teorização sobre o modo de conhecimento produzido socialmente pelo jornalismo.

A ideia de conhecimento do jornalismo aponta para a questão de um tipo de saber como objeto de seu interesse e como oferta. Apoiado na filosofia, Genro Filho defende o jornalismo como nova modalidade social de conhecimento; sua categoria central é o singular, tal como o universal é a da ciência e o particular a das artes. O autor recupera o escrito de Robert Park (2008) – que faz ponderações ao texto acerca da notícia como forma de conhecimento – e os apontamentos sobre a importância dos fatos singulares feitos por Tobias Peucer (2004) em “Os relatos jornalísticos”, original de 1690³⁹. O conhecimento do jornalismo, portanto, cristalizar-se-ia no singular. Não se trata, no caso, de uma busca pelo singular. A construção do dizer acerca da realidade, no jornalismo, estaria na capacidade de contextualizar adequadamente (TEIXEIRA, 2007), no modo de perceber dialeticamente o mundo: a perspectiva da crítica aparece, a realidade se recria e se diferencia dela mesma (GENRO FILHO, 1989).

Quando Del Rey Morato (1988) afirma que não há sentido, a atualidade é o sentido, ele fornece a pista para fixar que os efeitos de sentido do discurso jornalístico estão nos quadros que o envolvem, ou seja, nos efeitos do lugar discursivo e sua capacidade de congregam contratos, *ethos*⁴⁰, condições de produção. Também porque o tempo em curso é doador de sentido na mesma medida que ele é produto dos discursos sobre seu caráter. O resultado que se produz é a irrupção de uma ordem própria que é a ordem do meio (DEL REY MORATO, 1988). O jornalismo opera por um princípio ordenador⁴¹ e, a partir de seus esquemas e estratégias, ganham contornos o imprevisível, o inusitado, o inesperado, tudo que encontra seu lugar preciso no discurso jornalístico.

Considerando a noção de Campo Jornalístico, é possível pensar que dentro dele os diferentes atores constroem a sua posição. Ou seja, operam por lógicas que são próprias do Campo e do que o constitui como tal, mas também buscam construir um lugar para si dentro do conjunto de atores. Falando em específico sobre o Jornalismo, Bourdieu (2005, p. 30 [tradução minha]) lembra que este Campo “é o local de ações e reações realizadas por agentes sociais dotados de disposições permanentes, em parte adquiridas em sua experiência nesses

³⁹ *Relationibus Novellis*, tese defendida por Tobias Peucer, na Universidade de Leipzig, Alemanha, em 1690, espécie de marco fundador do Jornalismo como disciplina científica (PEUCER, 2004; SOUSA, 2004).

⁴⁰ Conforme proposta de Maingueneau (2008).

⁴¹ Ao falar da existência de um texto das lógicas, Resende (2002) argumenta por um princípio ordenador do discurso jornalístico que visa ao acolhimento das perspectivas teóricas dominantes. A contrapartida seria a lógica do texto, tomando a narrativa enquanto lugar de produção de conhecimento.

Campos Sociais. Os agentes reagem a essas relações de forças, essas estruturas, as constroem, as percebem, formam uma ideia sobre elas, criam para si representações sobre elas⁴². Campo jornalístico, portanto, tem seu funcionamento alavancado pelo acolhimento e mediação das forças advindas da tensão entre os demais Campos Sociais⁴³, tomados enquanto espaços de relações objetivas, entidades abstratas, detentoras de forças específicas, mas dotadas de legitimidade no que fazem ou pretendem, “com certo grau de autonomia, mas articuladas” (BOURDIEU, 1996, p. 53). Quando tais noções são pensadas na ótica discursiva, surge a relação com um conjunto de noções-conceito, na visão deste trabalho, que se articulam para a constituição do lugar (social-discursivo) do jornalismo.

A partir de Tuchman (1983) e Fishman (1983), Del Rey Morato (1988, p. 64) reflete que as instituições jornalísticas “emiten un flujo informativo que tiene una primera consecuencia social: esas instituciones quedan legitimadas como emisoras de las noticias que conforman el mundo ajeno a la experiencia directa de los hombres”, constituindo-se, assim, em uma ideologia. Do ponto de vista do discurso, a perceberia como parte das formações imaginárias que circundam o lugar da prática jornalística. A posição que os sujeitos do Campo ocupam em uma dada formação social condiciona “as condições de produção discursivas, definindo o lugar por eles ocupado no discurso” (FERREIRA, J., 2005, p. 16). O jornalista acredita que o modo como discursiviza é objetivo e isento, “esquecendo-se” que para além dos procedimentos normativos da cultura jornalística há escolhas outras, como as da ordem da linguagem, “porque o que é mostrado jamais deixará de ser apenas um enquadramento possível do acontecimento” (BENETTI, 2007, p. 12). Estas “operações” estão-se no encadeamento que dá origem ao discurso, na atuação das formações imaginárias, ideológicas e discursivas, no contexto de uma dada formação social. Tais noções são explicitadas a seguir, uma vez que têm caráter operatório no relato do gesto de análise, no capítulo seguinte.

3.2 Pensar o discurso

Para a investigação, a mecânica da AD pressupõe algumas premissas de ação, como levar em conta a afirmação de Orlandi (2001) acerca do foco de interesse do analista: não são as marcas em si, mas o seu funcionamento no discurso. Por ser desenvolvida no âmbito da

⁴² “it is the site of actions and reactions performed by social agents endowed with permanent dispositions, partly acquired in their experience of these social fields. The agents react to these relations of forces, to these structures; they construct them, perceive them, form an idea of them, represent them to themselves” (BOURDIEU, 2005, p.30).

⁴³ Na discursivização das relações entre e com os demais Campos (BENSON e NEVEU, 2005).

Comunicação como área primeira, considerando as especificidades do Campo Jornalístico, também é ponto de partida o entendimento de que o discurso

não é uma das funções entre outras da instituição midiática; é o seu principal produto e o resultado final do seu funcionamento. A mídia produz discursos como os pintores pintam telas, os músicos compõem músicas, os arquitetos projetam edifícios. É claro que a mídia desempenha também outras funções, mas todas elas têm no discurso o seu objetivo e a sua expressão final (RODRIGUES, 2002, p. 217).

Operacionalizar a visão defendida por Rodrigues, entretanto, depende da mobilização dos mecanismos da Análise do Discurso, o que se dá via construção do dispositivo teórico-metodológico e pelo manuseio das noções-conceito no interior do *corpus* discursivo. Desse modo, apresento as noções centrais convocadas pelo presente estudo para adentrar o dizer das revistas.

O discurso jornalístico é, ao mesmo tempo, aquele construído dentro do produto jornalístico, como também aquele construído pelos demais discursos profissionais e sociais e, como propõe Berger (1998, p. 188), um espaço de “produção e proposição de sentidos e, assim, construção de determinado registro histórico”. Essa compreensão filia-se ao caráter essencialmente dialógico da linguagem e, assim, de todo dizer, como postulou Bakhtin (1998, p. 86), como forma particular de composição do discurso:

todo discurso concreto (enunciação) encontra aquele objeto para o qual está voltado, sempre, por assim dizer, desacreditado, contestado, avaliado, envolvido por sua névoa escura ou, pelo contrário, iluminado pelos discursos de outrem que já falaram sobre ele. O objeto está amarrado e penetrado por ideias gerais, por pontos de vista, por apreciações de outros e por entonações. Orientado para seu objeto, o discurso penetra neste meio dialogicamente perturbado e tenso de discursos de outrem, de julgamentos e de entonações. Ele se entrelaça com eles em interações complexas, fundindo-se com uns, isolando-se de outros, cruzando com terceiros; e tudo isso pode formar substancialmente o discurso, penetrar em todos os seus estratos semânticos, tornar complexa a sua expressão, influenciar todo o seu aspecto estilístico.

Sob a ótica da AD, todavia, a leitura será no entorno da contradição, e não exatamente da interação, tal postula Bakhtin. Olhar para o jornalismo pelo viés da linguagem, portanto, será pensá-lo enquanto formador de redes interdiscursivas, por meio de retomadas, réplicas, atualizações e deslocamentos de outros tantos já-ditos, de dizeres oriundos de campos diversos. Essa processualidade é marcada pela posição que os sujeitos do campo jornalístico ocupam, condicionando as condições de produção discursivas e definindo o quadro enunciativo que engloba o seu dizer.

A AD busca responder como um texto significa. Para dar conta de tal questionamento, produz conhecimento a partir do próprio texto, considerando que no processo de produção de sentidos intervém o sujeito e sua historicidade, bem como as relações entre sujeito, a Língua e

a Ideologia, tudo isso dimensionado no tempo e no espaço. O discurso, como objeto da AD, não é fechado em si mesmo, e nem é domínio exclusivo do locutor. Como afirma Orlandi (2001), aquilo que se diz significa em relação ao que não se diz, ao lugar social do qual se diz, para quem se diz, em relação à outros discursos.

Ainda nas definições sobre AD, Brandão (2004) fala de uma teoria crítica da linguagem que luta contra qualquer forma de cristalização do conhecimento, contra a territorialização, o esquadramento, a delimitação dos domínios do saber. A AD procura apreender como no linguístico inscrevem-se as condições sócio-histórias. A instância da linguagem é a do discurso, considerando a linguagem como interação, e um modo de produção social; ela não é neutra e nem natural, sendo, assim, um lugar de manifestação da ideologia.

Três nomes, fundamentalmente, estão no horizonte da Análise do Discurso derivada do francês Michel Pêcheux e vão influenciar suas propostas: Althusser, com sua releitura das teses marxistas; Foucault, com a noção de formação discursiva, da qual derivam vários outros conceitos (interdiscurso; memória discursiva; práticas discursivas etc.); Lacan, em sua leitura das teses de Freud sobre o inconsciente. Desse modo, a AD é estruturada (MAZIÈRE, 2007), em graus variados, pelas relações estabelecidas entre o sujeito assujeitado, falado por seu discurso (Foucault, Althusser e Lacan), a historicidade de todo enunciado (Foucault) e a materialidade das formas de língua (Saussure⁴⁴, Harris e Chomsky).

O discurso leva em conta o enunciado e analisa como uma discursividade datada estabelece sentido e, ainda, como uma interdiscursividade pode afetar o seu sentido. Ao considerar as condições de produção, a AD dá relevo ao papel das condições históricas e políticas e as interações subjetivas para produzir seus resultados de leitura: uma interpretação, como também argumenta Orlandi (1996), elemento primordial de toda ação do analista porque é parte da existência humana. Assim sendo, consiste em gesto dotado de singularidade; para cada sujeito da língua, em cada momento, haverá uma interpretação.

Em Foucault (2005), fundamentalmente na obra “A arqueologia do saber”, originalmente publicada em 1969, estão noções determinantes para a construção da Análise do Discurso. Nesse livro, Foucault reflete sobre os seus trabalhos anteriores e sistematiza uma série de conceitos determinantes para a abordagem do discurso. Por ter esse caráter de revisão teórico-analítica, o texto de Foucault instala um potencial campo de questões que,

⁴⁴ Lembrando que a noção de “valor”, aqui trabalhada, já aparece nos escritos de Ferdinand Saussure.

mobilizadas de forma encadeada, permitem pensar diversos pontos basilares do olhar investigativo para cada analista. O primeiro, de que o discurso é uma prática que provém da formação dos saberes e que se articula com outras práticas não discursivas. E a noção de prática discursiva é assim precisada:

Não podemos confundi-la com a operação expressiva pela qual um indivíduo formula uma ideia, um desejo, uma imagem; nem com a atividade racional que pode ser acionada em um sistema de inferência; nem com a <<competência>> de um sujeito falante, quando constrói frases gramaticais; é um conjunto de regras anônimas, históricas, sempre determinadas no tempo e no espaço, que definiram, em uma dada época e para uma determinada área social, econômica, geográfica ou linguística, as condições de exercício da função enunciativa. (FOUCAULT, 2005, p. 136 [grifo do original])

No contexto das práticas, os dizeres e fazeres inserem-se em formações discursivas, cujos elementos são regidos por determinadas regras de formação. A todo dizer é inerente um estatuto histórico, de encontro de uma atualidade e de uma memória. Assim, o discurso é sempre um jogo estratégico e polêmico, por meio do qual constituem-se os saberes em uma dada temporalidade. Ainda segundo Foucault, as regras determinam que o discurso é o espaço em que saber e poder se articulam; quem fala, fala de algum lugar, baseado em um direito reconhecido institucionalmente, questão primordial para o pensamento que norteia o presente trabalho. Dada a existência desse lugar, sobre o qual demarcarei outras questões a seguir (no item 3.3), a produção do discurso é sempre controlada, selecionada, organizada e redistribuída por procedimentos que visam a determinar aquilo que pode ser dito.

Adentrar a trama tecida pela prática discursiva requer pensar uma interrelação entre as quatro noções de formação que caracterizam a AD – social, ideológica, imaginária, discursiva –, noções que remetem aos três Campos de conhecimento entrelaçados pelo empreendimento de Michel Pêcheux. Formação social e formações ideológicas expressam a influência, há pouco referida, do materialismo histórico; da psicanálise, em diálogo com a linguística, emergem entendimentos acerca das formações imaginárias; formações discursivas, por sua vez, refletem os três Campos articulados.

A formação social congrega as trocas sociais, é delimitadora do conjunto de práticas, normas, tradições e regras que organizam determinado grupo e seu espaço de interação. Aí fica estabelecida uma relação de percepção que permeia os processos discursivos do sujeito; o “real” afeta o dizer por sua condição de reger os espaços sociais: é o “exterior” que se tece no interior do discurso⁴⁵, no processo de assujeitamento via formação discursiva (PÊCHEUX, 1995). As formações sociais são trazidas para o discurso pelo mecanismo de assujeitamento,

⁴⁵ Cabe pontuar que, em se tratando de discurso, não há dentro e fora.

que pressupõe a pré-existência de saberes e estruturas recortadas do interdiscurso e acolhidas em determinada FD, presentificando a ideologia no dito uma vez que traduz a complexidade inerente ao contexto de cada formação social, das lutas pelo poder, em especial, o poder dizer.

Tais estruturas, encadeadas, dão suporte aos efeitos de sentido e aos acontecimentos discursivos, uma vez que a realidade social, como matéria potencial a ser apreendida, é resultado das relações imaginárias cujos pontos são tecidos pelas três ordens do real: o inconsciente, a língua e os processos sócio-históricos, tal entende a AD. É possível determinar uma dada formação social pela constituição de espaços estáveis e pela percepção de lugares sociais especificamente formatados para serem ocupados como espaço de discursivização. E é desta forma que pensar uma estabilidade em torno do lugar do jornalismo e seu gesto de dizer o mundo abre-se como possibilidade, assim como o “ler” a relação permitida, mas absolutamente necessária ao jornalismo, de quem pode, junto com ele, saber sobre o mundo e ofertar o que é a atualidade.

O que se vê materializado no discurso são efeitos de processos desencadeados pelas formações sociais, soma daquilo que organizam e que permite a ilusão do que é real. Como elemento constitutivo do discurso, Pêcheux (1993) associa formação social à noção de condições de produção, chamando para o espaço no qual relações de força antagônicas se relacionam e remetendo, diretamente, ao espaço empírico no qual estão mergulhados os interlocutores. O discurso acontece sempre a partir de condições de produção dadas,

como uma parte de um mecanismo em funcionamento, isto é, como pertencente a um sistema de normas nem puramente individuais, nem globalmente universais, mas que derivam da estrutura de uma ideologia política, correspondendo pois, a certo lugar no interior de uma formação social dada (p. 77).

Sublinha, assim, a necessidade de remeter o dizer às relações de sentido nas quais é produzido, lembrando que um processo discursivo não tem início no momento observado, naquele acontecimento específico, mas é conjugado sob elementos prévios, uma matéria-prima sempre passível de retorno, recortada e dita da maneira que é pelas condições compartilhadas pelos sujeitos. Isso implica, portanto, que o falante experimente o lugar de ouvinte, a partir do seu próprio lugar, em uma antecipação imaginária que é constitutiva do discurso, como amplia a noção de formações imaginárias, importante para pensar a prática jornalística. Debater a posição que o locutor atribui a si depende da explicitação que trazem as demais noções.

Pensar a materialidade ideológica no interior de uma dada formação social é herança das considerações de Althusser (1985), em “Aparelhos Ideológicos do Estado”, no qual o

autor partilha a relação entre processos produtivos e ideologia, uma vinculação que leva o sujeito a ocupar um lugar específico em um dos lados das classes antagônicas no modo de produção capitalista. Pensando a língua e sua inscrição inerente na formação social, para os teóricos da AD está desenhada a articulação que faz os processos discursivos carregarem o social; a linguagem é permeada pelo ideológico, o que permite avançar para os demais mecanismos implicados no dizer.

O conjunto de conceitos inaugurados por Pêcheux, principalmente a partir da década de 70 do século XX, pressupõe que não há discurso sem sujeito e não há sujeito sem ideologia, a partir de entendimentos buscados em Althusser (1985), para quem todo indivíduo se torna sujeito ao ser interpelado pela ideologia, sem considerá-lo agente “da história”, mas agente “na história” (ALTHUSSER, 1978), ou seja, suas construções se dão a partir de determinadas condições e do que lhes é permitido avançar. Pêcheux (1995) ressignifica este pensamento a partir da linguagem e não sociologicamente, tendo a ideologia como conjunto de representações, como visão de mundo ou como ocultação da realidade. Atualmente, merecem ser consideradas para tratar o conceito as leituras de Castro-Gómez (2000), quando este argumenta que Althusser vê a ideologia como uma estrutura inconsciente, um objeto cultural que atua sobre os homens mediante um processo que lhes escapa. Já Orlandi (2001, p. 48) ressalta que a ideologia aparece como “efeito da relação necessária do sujeito com a língua e com a história para que haja sentido”. A ideologia não é, desta maneira, deformadora, mas possibilitadora de sentidos, geradora de efeitos de verdade. Castro-Gómez (2000) reconhece o estranhamento que causa em muitos a menção a Althusser. O faz, porém, com a advertência que suas considerações são de extrema relevância para pensar o cenário da comunicação e dos estudos culturais. Igual importância merece Althusser no campo da AD, uma vez que o conceito de ideologia é sempre presente na constituição do discurso e seu papel, lembrando sempre das formações ideológicas, precisa ser considerado.

Marcada a existência de uma posição social não subjetiva, no interior da disputa de forças entre elementos antagônicos que caracterizam a formação social (PÊCHEUX, 1993), bem como a qualidade de estruturação de um discurso sobre outros, prévios, é possível avançar na relação entre falante e ouvinte a partir de imagens que transcendem o ser empírico. São elas que dão os contornos do interlocutor na situação do discurso em questão para o analista, preenchendo os lugares constituídos pela intervenção do imaginário. Conforme Ferreira, M. (2005, p. 16), na antecipação que o emissor projeta acerca do receptor, moldam-se estratégias discursivas, uma vez que o lugar “de onde fala o sujeito determina as relações

de força no discurso, enquanto as relações de sentido pressupõem que não há discurso que não se relacione com outros”. O mecanismo das formações imaginárias é responsável por um jogo de imagens dos sujeitos entre si e destes “com os lugares que ocupam na formação social e dos discursos já-ditos com os possíveis e imaginados”.

O trabalho das formações imaginárias designa o lugar que destinador e destinatário atribuem a si e ao outro, como uma imagem que fazem do seu próprio lugar e do lugar do outro: “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, 2002, p. 36). O discurso jornalístico, por sua vez, existe, também, em função da estratégia discursiva de situar-se no lugar do público, um mecanismo que está assentado no que Pêcheux (1995) denomina antecipação, sobre o qual se funda a estratégia do discurso, de natureza argumentativa. Vale lembrar ainda que há sempre um leitor virtual inscrito no texto. Tendo as condições de produção⁴⁶ dos discursos papel fundamental, uma vez que o lugar a partir do qual o sujeito fala é constitutivo do que ele diz, o sujeito terá sempre tem dois horizontes imaginários pois reflete sobre si e sobre o outro.

Já é conhecido que a noção de formação discursiva (FD), tal definida por Pêcheux (1995), a partir do também francês Foucault (2005), é “aquilo que, numa formação ideológica dada, isto é, a partir de uma posição dada, numa conjuntura dada, [...] determina o *que pode e deve ser dito*” (PÊCHEUX, 1995, p. 160 [grifo no original]). Fica prevista aqui também uma incumbência do analista, da remissão de todo texto a uma Formação Ideológica, dado que o efeito de sentido é definido por essa relação. A identificação das FDs perfaz a relação das marcas formais, que aparecem no dizer, com o ideológico. O percurso inverso também é válido, ir do ideológico para as marcas formais.

Toda FD é heterogênea por natureza e organiza blocos discursivos, como famílias, mas com fronteiras permeáveis. É esse o entendimento que guia a leitura do discurso sobre sustentabilidade no decorrer do trabalho. Todo discurso é produzido mediante uma FD. E para Maingueneau (1993, p. 115), “toda formação discursiva é associada a uma memória discursiva, constituída de formulações que repetem, recusam e transformam outras formulações”. Conforme o autor, esse é um processo de reconfiguração incessante no qual uma formação discursiva é levada a

⁴⁶ Não apenas o que se entende por contexto imediato, o entorno, mas tudo que afeta aquele determinado lugar do dizer (como o aspecto organizacional), bem como os efeitos do interdiscurso naquele enunciado.

incorporar elementos pré-construídos produzidos fora dela com eles provocando sua redefinição e redirecionamento, suscitando, igualmente, o chamamento de seus próprios elementos para organizar sua repetição, mas também, provocando, eventualmente, o apagamento, o esquecimento ou mesmo a denegação de determinados elementos (1993, p. 115).

Cabe ainda assinalar neste mapeamento que Pêcheux, ao longo do tempo, produziu deslocamentos no conceito de FD. Tais deslocamentos abriram perspectivas para considerar as inerentes “redes de memória, os trajetos sociais dos sentidos, as materialidades discursivas, enfim, a articulação entre FD, memória e história” (GREGOLIN, 2007, p. 173). Levo em conta aqui a proposta que dá corpo a chamada terceira fase da AD, a partir de 1983, com o texto “O Discurso: estrutura ou acontecimento”. Nele, Pêcheux revela a incorporação da ideia de heterogeneidade discursiva (de Authier-Révuz); a articulação entre discurso e memória discursiva (Courtine e Foucault); e as relações entre discurso e história (especialmente as abordagens da Nova História).

A terceira época da AD revela o “primado do outro”, do diferente sobre o mesmo; a máquina discursiva da primeira época se apaga. Ao introduzir a diferença como característica da ideologia, Pêcheux (2006) revela a heterogeneidade e a contradição nas FDs. “Trabalhar com uma FD dotada de tais características coloca o analista de discurso face à agitação e tensão dos sentidos de um domínio de saber e seu gesto de individualização de uma FD consiste já em um gesto de interpretação analítica” (INDURSKY, 2007, p. 170). É por esse movimento, de interpretação analítica, que a AD constitui-se, também, em gesto metodológico. Além disso, fica muito evidente a produtividade da noção-conceito de formação discursiva na investigação sobre Jornalismo, em especial acerca dos efeitos de sentido que permeiam sua prática de mediação entre diferentes Campos e atores sociais, bem como sua permissão para ofertar significação sobre determinada realidade.

Ainda sobre a noção de FD, Courtine (1981 apud BRANDÃO, 2002) inaugura outro marcador: a FD não é uma única linguagem para todos, nem para cada um a sua linguagem, o seu discurso; deve ser pensada como várias linguagens em uma única, vários discursos em um só. A contradição é apontada por Courtine como elemento constitutivo a toda FD. A inspiração do autor é Foucault: analisar o discurso é fazer desaparecer e reaparecer a contradição. Não se trata mais de um complexo de FDs com uma em posição de dominância em relação às demais, mas de uma FD heterogênea em relação a si própria, com fronteiras porosas onde há espaço para o diferente e o contraditório, para diferentes efeitos de sentido:

Uma FD é, portanto, heterogênea a ela própria: o fechamento de uma FD é fundamentalmente instável, ela não consiste em um limite traçado de forma

definitiva, separando um exterior e um interior, mas se inscreve entre diversas FDs como uma fronteira que se desloca em função dos embates da luta ideológica (BRANDÃO, 2002, p. 50).

Descrevendo acontecimentos, contornando temas e problemáticas, o jornalismo assume a tarefa de desambiguar o mundo. Ao dizer, o jornalismo oferta “modelos de compreensão da realidade” (MARIANI, 1999, p. 112), constituindo e reiterando, pela sua prática, um sistema de ordem cuja autonomia é forte, porém relativa. Além disso, o esforço de fechamento de sentidos é, fundamentalmente, uma tentativa: de preenchimento de todos os espaços, de não dar margem a furos, de buscar apagar leituras outras que não as imaginadas pelos sujeitos por meio da relação ideológica que permite ou não determinados discursos entre os possíveis. A atitude teórica da AD é a de considerar tais esforços uma ilusão característica do processo discursivo, há um outro nesta relação, o leitor, que, por sua vez, ressignificará o que lhe chega.

A significação dos discursos depende de movimentos de resgate da memória. Assim também é com o discurso jornalístico, seus efeitos de sentido são constituídos ao fazer circular narrativas sobre o presente permeadas por signos historicamente constituídos. São narrativas produzidas por montagem, por escolhas orientadas, nas quais memória e esquecimento são acionadas. O discurso abriga sempre uma série de outros discursos, é atravessado e constituído por eles, mesmo que estes se submetam à regras que não eram próprias de sua origem. Trata-se de um espaço para o confronto e a sobreposição de vozes, onde se cruzam “o novo e o velho, mostrando que os sentidos estão sempre à deriva, no entanto, podem ser compreendidos porque atualizam (isto é, estabilizam / desestabilizam a memória discursiva)” (GREGOLIN, 2007, p. 180). Apesar disso, os sentidos não são transparentes, nem estanques.

A memória discursiva participa da produção de sentidos como “aquilo que fala antes, em outro lugar” (ORLANDI, 2001, p. 31), que revela a interdiscursividade, o já dito, o repetível que está na base do dizível, de onde o jornalista busca elementos para ressignificar e determinar deslocamentos de sentido. A historicidade também participa, entendida, nesse viés, como “o saber discursivo que se foi constituindo ao longo da história e foi produzindo dizeres, a memória que tornou possível esse dizer para esses sujeitos num determinado momento e que representa o eixo de sua constituição (interdiscurso)” (ORLANDI, 2001, p. 33).

Volta à tona a proposta de Maingueneau (2007) de um primado do interdiscurso, da heterogeneidade e dos outros possíveis na intrincada constituição dos sentidos na

materialidade discursiva, de forma a interpretar o estatuto histórico dos discursos. A existência de um discurso pressupõe um eixo da constituição dos sentidos, o já dito e o que poderá vir a ser. Qualquer discurso traz em si outros, algo que é acessível pela memória discursiva. Os sentidos construídos historicamente são convocados nas novas formulações e têm um efeito sobre o discurso que está sendo construído no agora. É o sujeito quem recorta dizeres do interdiscurso para constituir o que, à primeira vista, parece um discurso de sua autoria. E o faz a partir de determinada FD, uma vez que os processos discursivos não têm sua origem neste sujeito, mas na FD com a qual ele inconscientemente e imaginariamente se identifica.

O discurso aparece, para Maingueneau (1993, p. 187), como um objeto de investimento associado às condições de produção dos enunciados, e estas condições estão vinculadas a “um dispositivo local, uma instituição que regula uma atividade suscetível de mobilizar forças através de sua enunciação”. Os textos, por sua vez, aparecem como enunciados obedecendo a certas condições de organização, uma vez que são formulados em um contexto institucional que estabelece as balizas para a sua enunciação, vinculados a gêneros de discurso.

Segundo argumenta Maingueneau (2007), o interdiscurso tem precedência sobre o discurso. No refinamento do processo de análise, pode-se chegar a investigar não um discurso, mas o espaço de trocas entre os vários discursos. Na perspectiva da AD, todavia, não é possível nomear o interdiscurso. Ele só aparece em termos de relações, no acontecimento discursivo, no encontro de uma historicidade com uma atualidade. Por isso, não se deixa ver como um todo. O que se materializa é o efeito da interdiscursividade, o sentido construído pelo trabalho da memória e dos demais efeitos do interdiscurso, no recorte feito via formação discursiva. São elas que abrirão espaço para que se visualize as relações entre imaginário, ideologia e linguagem, possibilitando acessar a constituição do sentido e do sujeito atravessados pelas formações imaginárias.

3.3 Noções operatórias

O trabalho de Maingueneau (1993, 1997, 2007, 2008) consolida um interesse por apreender o discurso como intrincação de um texto e de um lugar social. Seu objeto, visto dessa maneira, não é nem a organização textual nem a situação de comunicação, mas o que os amarra através de um modo específico de enunciação. Com essa proposta, Maingueneau diz que no dispositivo enunciativo está, ao mesmo tempo, o verbal e o institucional. A inscrição

das condições de possibilidade no dizer delineiam a filiação dos discursos em formações discursivas, que, por sua vez, sustentam os saberes em circulação numa determinada época. É o que já faz Foucault (2005), ao estabelecer as relações entre os dizeres e os fazeres, isto é, as práticas discursivas materializam as ações dos sujeitos na história. A discursividade tem, pois, uma espessura histórica, e analisar discursos significa tentar compreender a maneira como as verdades são produzidas e enunciadas.

Lugar diz respeito à identidade dos parceiros do discurso. Para Pêcheux (1993), a AD deve evidenciar as relações complexas entre lugares e formações imaginárias. O francês opõe o lugar que se refere aos estatutos socioeconômicos, de traços característicos e objetivos às formações imaginárias, ou seja, à imagem que os participantes do discurso fazem do seu próprio lugar e do lugar do outro. A sustentação das formações imaginárias é dada por questões implícitas, afirma: “Quem sou eu para lhe falar assim?”, “Quem é ele para eu lhe falar assim?”, “Quem é ele para me falar assim?” (p. 83).

A noção de lugar também aparece em Flahault (1978, p. 58 *apud* MAINGUENEU, 1997, p. 68), designando, de forma geral, os papéis instituídos no discurso e que devem ser pensados como relação de lugares: “Ná há palavras que não sejam emitidas a partir de um lugar e que não convoquem o interlocutor para um lugar correlativo”. Na relação de lugares, os sujeitos demarcam o lugar que pretendem ocupar e, ao mesmo tempo, o lugar atribuído ao outro, lembrando que as situações de interação serão sempre caracterizadas por uma negociação do lugar de cada um. As relações de lugares, contudo, não são criações livres. Antes, dependem de um sistema de lugares já existente, o que faz retornar uma co-existência necessária da noção de lugar com a de formações imaginárias.

O lugar discursivo, a partir da elaboração de Grigolletto (2005), é um espaço que se configura no interior do discurso e é da ordem da sua constituição. “A formação discursiva compreende o espaço discursivo [teórico], que, por sua vez, abriga o lugar discursivo que se relaciona tanto com a forma-sujeito quanto com as diferentes posições-sujeito que operam no discurso a partir dele” (GRIGOLETTO, 2005, p. 161 [acréscimo meu]). Esse lugar discursivo não é sinônimo de posição, já que, em seu interior, pode abrigar diferentes e até contraditórias posições-sujeito. Cada lugar discursivo representa diferentes modos de se relacionar não só com a forma-sujeito, mas também com as diferentes posições-sujeito que ele pode abrigar.

Ambos, lugar social e lugar discursivo, se constituem mutuamente, de forma complementar e relacionada à ordem da constituição do discurso. O lugar social só se legitima pela prática discursiva, pela inscrição do sujeito num lugar discursivo. O lugar discursivo, da

mesma forma, só existe discursivamente porque há uma determinação do lugar social, que impõe a sua inscrição em determinado discurso.

No caso das revistas da Abril e seu discurso sobre meio ambiente e sobre sua própria prática, a operação é de “percorrer a via pela qual a ordem do discurso se materializa na estruturação do texto” (ORLANDI, 1998, p. 60), debatendo as maneiras específicas que permeiam a prática discursiva jornalística na oferta de seus gestos de interpretação. Neste mesmo dizer ofertado busco as vontades de regulação sobre o que se interpreta, quem o faz e em que condições. Para operacionalizar a proposta de debater como o jornalismo dota de sentido sua prática ao tratar do verde, é que a questão do lugar é aqui convocada, pensada e, depois, instalada na reflexão sobre a prática discursiva das revistas sob a ótica da noção-conceito de lugar discursivo, porém deslocada da abordagem original feita em estudo de Grigoletto (2005) acerca do lugar discursivo do jornalista no discurso de divulgação científica. Minha proposta é pensar as revistas e uma relação de lugares marcados pelo dizer destas diante do tema do meio ambiente, de como elas nele emergem, dizem do seu lugar, dos demais Campos, dos leitores.

No seio de uma prática discursiva, sob efeito de um mesmo lugar social, o sujeito pode ocupar lugares discursivos diferentes, sob os quais pode assumir diferentes posições-sujeito. Logo, o jornalista pode, a partir desse lugar social, assumir o lugar discursivo de jornalista de política e ocupar-se/comprometer-se com o discurso sobre política, ou de jornalista de economia, ou de meio ambiente, etc.

O lugar discursivo de jornalista traz as marcas do lugar social de onde ele provém. Se pensado em relação à figura do jornalista, por meio de convenções do Campo, como, por exemplo, construção do texto em terceira pessoa, ele pretende apagar os resquícios desse lugar social e promover um autodescolamento daquilo que é por ele construído. Essa é uma preocupação do Campo Jornalístico, defendida sob os ideais de imparcialidade e objetividade, inerentes à profissionalização⁴⁷ do Jornalismo. O apagamento do lugar social defendido pelos jornalistas, porém, é ilusório. O sujeito acredita que é possível produzir um apagamento do seu lugar social e simula isso em sua discursivização. Tal apagamento, entretanto, é somente efeito, já que sua inscrição em um determinado lugar discursivo implica sempre uma determinação do lugar social.

⁴⁷ São exemplares deste processo as normas profissionais, que são de dois tipos: “as normas técnicas envolvem as operações de recolha, escrita e preparação das notícias; as normas éticas dizem respeito à obrigação do jornalista para com os leitores e para com a sua profissão, a imparcialidade, a exatidão, o *fair play* e a objetividade” (BREED, 1999, p.152 [grifo no original]).

No caso das revistas, tomadas enquanto agentes no Campo, esse apagamento precisa ser subvertido. Outros elementos estratégicos aparecem em cena. As revistas fazem questão de sublinhar sua atuação e seu saber informar e dar a conhecer, ao mesmo tempo em que esforçam-se em apagar os controles que instalam, como fruto de seu agir marcado por uma vontade de verdade muito própria. São elementos que aparecem no tensionamento do discurso das publicações da Abril, apresentado no Capítulo 4.

Conforme sinalizado anteriormente, em Foucault a definição de lugar social é ponto de ancoragem para a constituição da prática discursiva: “As posições de sujeito se definem igualmente pela situação que lhe é possível ocupar em relação aos diversos domínios ou grupos de objetos” (FOUCAULT, 2005, p. 59). É neste entremeio que se configura o discurso jornalístico, devendo-se considerar, ainda, o papel do jornalista num contexto que congrega elementos como a organização/empresa, a relação com as fontes de informação e o horizonte do público, um outro fundamental neste processo, um conjunto de questões que, segundo Resende (2006, p. 179), “precedem e ao mesmo tempo constituem as condições epistemológicas que (de)limitam o campo de reflexão e as práticas jornalísticas”.

É válido ter presente a concepção de jornalismo como construção social, tomando o processo de produção em seu todo, de maneira contextual, não apenas o da organização de trabalho, mas também aquele que a circunda e nela interfere significativamente. O entendimento das notícias como construções sociais traz consigo a compreensão de que elas são narrativas marcadas pela cultura jornalística e pela cultura em geral. Assim, ao produzir seu dizer, o jornalista estabelece uma série de relações, seja com as fontes, com a sociedade ou com os membros da comunidade profissional. Para cumprir sua função, ele se faz valer das técnicas, gêneros, formatos e processos de edição, por meio dos quais é possível escolher, excluir ou acentuar determinados aspectos dos acontecimentos no discurso. E o faz interpelado ideologicamente, recortando seus dizeres do interdiscurso, a partir das formações discursivas com as quais se identifica e nas quais se inscreve.

A aproximação com os dispositivos teórico-metodológicos da Análise do Discurso, tomando-os como balizadores para o estudo do Jornalismo, revela que todos esses processos descritos aqui são, na verdade, desprendidos do próprio texto, da trama do discurso, ao se buscar compreender o que é dito, como é dito e como isto significa. O lugar discursivo, portanto, é constitutivo do dizer. Mesmo sendo visto como um processo da “exterioridade”, seus efeitos se dão no texto. Os sentidos emergem deste imbricamento indissociável entre

texto e contexto e não estão fora, mas colados no texto, no conjunto de filiações identificáveis e pelas quais os sentidos fazem sentido (ORLANDI, 2001).

Estas são questões constitutivas do lugar percebido para o jornalismo dentro de uma formação social, na qual também se inscrevem elementos que contornam o seu lugar discursivo. O que sempre se espera do jornalismo é que diga a verdade. Segundo Romão (2007, p. 148), é um discurso “capturado pela evidência de objetividade”, o que deve ser entendido como um efeito de objetividade. Ao debate também se soma Chaparro (2001, p. 15): “No uso da aptidão que lhe dá eficácia, o jornalismo sustenta a expectativa social da qual depende o seu sucesso: a do relato veraz”. Deste lugar, portanto, é possível que o Jornalismo apresente certezas e construa “estabilidade para o que se mostra caótico, contraditório e conflituoso na realidade, cristalizando um modo de dizer” (MARIANI, 1998) e contribuindo para estabilizar um sentido natural para o que enuncia, conforme abordo no próximo capítulo, tensionando os dizeres dos cinco domínios estudados.

4 Mapa do discurso

A EMERGÊNCIA DA PAUTA AMBIENTAL, principalmente pela necessidade de abordagem acerca das mudanças ambientais globais, acabou por multiplicar e, depois de certo tempo, ajudou a tornar regular, planejada e editorialmente intencional, a publicação de matérias com enfoque no ecológico. O mote da sustentabilidade adquiriu especial relevo ao aglutinar o espírito da luta ambiental em um ideal, desdobrado enquanto conceito e aspectos pragmáticos: um valor do verde, portanto, passível de ser acionado.

Apesar de uma demarcação do material jornalístico analisado aqui – as revistas da Editora Abril com reportagens de capa nos anos de 2007 e 2008 –, o discurso que ali se materializa é consolidado por elementos anteriores diversos. O mercado brasileiro de revistas, considerando o conjunto de publicações de expressão nacional, vem trabalhando de forma crescente o tema ambiental. Como discuti no Capítulo 2, trata-se de um tema complexo, conflituoso, marcado por disputas de sentido que afetam também o dizer jornalístico, mais fortemente depois da série de eventos internacionais que, aos poucos, alteraram o estatuto do assunto; de pauta para tema necessário (hoje obrigatório, mercadologicamente falando).

Como tentei recuperar, a cobertura sobre meio ambiente tem ligação com determinados marcos internacionais, eventos ou acontecimentos com poder de mobilização discursiva, estimulada pelo advento de uma agenda ambiental global no contexto da esfera contemporânea. Entre os fatos mais recentes, considerando as últimas décadas, uma forte lembrança é a influência da Conferência das Nações Unidas realizada em 1992, no Rio de Janeiro, em especial pelos seus efeitos no país. Segue-se a Rio+5 (em 1997), quando acontece a assinatura do acordo de redução das emissões de gases estufa, o Protocolo de Kyoto. Estes e os acontecimentos subsequentes, sintetizam a multissetorialidade do tema, reflexo do histórico de lutas sociais e da entrada de novos atores na disputa por nomear o “ser verde”.

A realização da Rio+10, na África do Sul, em 2002, com a sustentabilidade como elemento central de debate, bem como a intensificação do trabalho e dos alertas do Painel Intergovernamental sobre Mudanças Climáticas, são os elementos mais fortes da consolidação de um modelo “miociêntrico” para o tema (BARROS E SOUSA, 2010). Esse modelo está ancorado em documentos oficiais, fatos e acordos emblemáticos, e alinhado a um movimento de reorientação do ambientalismo, tal dizem os autores, com novas formas de pautar as questões ecológicas.

A última década do século XX foi pontuada por uma série de acontecimentos que trouxe importantes modificações no modo de percepção da problemática ecológica. Mesmo assim, o jornalismo, em geral, demorou a assumir a problemática do clima. Certezas e

incertezas (PRIGOGINE, 1996) iam sendo mescladas até o assunto começar a ser manifestado de forma mais recorrente nas manchetes. No início do século XXI, estas ainda refletiam uma primeira agenda construída internacionalmente em torno das principais urgências planetárias e cujo foco central estava nas alterações ambientais.

Creio que o conjunto de capas reproduzidas a seguir (Ilustração 3), publicadas por diferentes revistas, entre os anos de 2001 a 2006, fornece uma imagem do período, um quadro que, aliás, trouxe as primeiras interrogações de pesquisa acerca do papel que o próprio jornalismo poderia construir para si no cenário que ia se desenhando: “Mudanças Climáticas: hora de agir”; “Como salvar a Terra”; “O planeta no limite”; “Terra: manual do usuário”; “Terra em transe”; “Pense verde”; “Aquecimento global: é muito pior do que você imagina, muito pior”; “O fim do mundo começou” foram as manchetes.



Ilustração 3: Capas de edições de *The Ecologist* (2001), *Superinteressante* (2001), *Scientific American Brasil* (2005), *Galileu* (2005), *Caros Amigos Especial* (2005), *Galileu* (2006) e *Superinteressante* (2006)



Ilustração 4: Capas de Edições Verdes pelo mundo

O teor catastrófico sintetiza o início de uma virada para uma maior atenção ao tema, com o começo de uma incorporação mais efetiva de questões ecológicas ao cotidiano de abordagem dos meios, mas ainda não assumidas institucionalmente como política editorial e mercadológica.

Com o andar dos anos 2000, passada a primeira metade da década, meio ambiente passou a figurar como preocupação mais presente em títulos de diversas editoras. Uma atenção multifacetada começa a se estabelecer em relação ao tema, trazendo novos marcos para o debate. Da metade da década em diante, os países iniciam um processo de formulação de agendas em torno da sustentabilidade como importante eixo de discursivização sobre meio ambiente. A motivação para isso passa, muito fortemente, pela alteração do estatuto científico acerca das mudanças ambientais globais que estão em curso, em especial no debate de temáticas como aquecimento global e caminhos de resolução para tal desafio, como o próprio material empírico analisado demonstra. Além disso, a inserção da discussão no âmbito das práticas e comportamentos, na intenção de nomear o que é ou não ecológico adquire maior força. A entrada do Campo Econômico, em especial do setor empresarial e corporativo, teve peso significativo também. Saber enunciar soluções e nomear a sustentabilidade temperam o conflito que o discurso jornalístico procura contornar e resolver.

Um tema global, obviamente, reflete em publicações de vários países (Ilustração 4). Revistas informativas, semanais, e segmentadas, de periodicidade ampliada, começaram a lançar números especiais, dando origem às chamadas “edições verdes”, como o fizeram em 2006, por exemplo, VANITY FAIR (Estados Unidos), FOCUS (Alemanha), NEWSWEEK (Estados Unidos), VISÃO (Portugal), em 2007, e TIME (Estados Unidos), em 2008.

Na capa da TIME, em circulação desde 1923, uma imagem que destoa do conjunto de representações de famílias ou de pessoas engajadas na causa verde das demais revistas do conjunto. Empunhando não mais a bandeira dos Estados Unidos, tal como ficou registrado historicamente a partir da foto de Joe Rosenthal⁴⁸ (Ilustração 5, a seguir), soldados agora se esforçam para recolocar em pé uma árvore. Uma luta em prol do verde que é estratégica e desafiadora, tal como reitera a manchete: “*How to win The War on Global Warning*” (Como

⁴⁸ Conforme Furtado (2008, p.10), durante a Segunda Guerra Mundial, a fotografia de guerra foi usada para fins propagandísticos. É exemplar a fotografia de Joe Rosenthal, da *Associated Press*, em que marines americanos colocam uma bandeira no alto da ilha de Iwo Jima, em 23 de fevereiro de 1945. Imediatamente, o registro tornou-se “elemento simbólico de propaganda (acredita-se que na época foram impressos 3,5 milhão de pôsters e 175 mil cartões da fotografia), capaz de representar a coragem, o espírito de liberdade e a bravura do exército americano”. A imagem original apresentava um mastro e uma bandeira bem menores em relação à fotografia encenada depois e que entrou para a história.

vencer a guerra contra o Aquecimento Global); se há guerra, há um inimigo a derrotar. Saber como, com que armas, é crucial. Assim como algumas das capas de publicações brasileiras há pouco referidas (Ilustração 3), a Edição Verde da TIME⁴⁹ ainda traz o eco de apreensão por causa de acontecimentos naturais de grande devastação, como foi o furacão Katrina, que devastou *New Orleans*, nos EUA, em agosto de 2005. O resultado foi um cenário apocalíptico e mais de mil mortos. Com a intensificação de fenômenos⁵⁰ como o Katrina, ou chuvas e secas intensas, eventos climáticos passaram ser discursivizados de distintas maneiras, entre elas pelo viés da fúria da natureza, um forte inimigo a ser enfrentado. A tradição militar estadunidense também fala na opção da imagem que embasa a montagem estampada na capa da mais prestigiada revista mundial⁵¹. Outro elemento de peso nesta capa é a troca da cor da tradicional moldura vermelha por uma verde, uma atitude repleta de simbolismo.



Ilustração 5: Joe Rosenthal - Associated Press (1945), marines americanos na ilha de Iwo Jima, Japão (FURTADO, 2008)

Entre as revistas semanais brasileiras, ÉPOCA, da Editora Globo, segunda em circulação no país (ver Anexo B) foi a primeira a lançar Edições Verdes anuais. Em trabalho anterior (SCHWAAB, 2010), apresentei uma análise sobre as reportagens de capa das três primeiras Edições Verdes da publicação. Ao buscar regularidades enunciativas, percebi um tripé no qual a revista assentava seu discurso – cotidiano, negócios e ciência –, adotando um viés de otimismo em relação à transformação de comportamentos, principalmente de consumo, e mostrando que é uma tendência aderir ao ecológico.

⁴⁹ TIME é um dos objetos de interesse da tese de Silva (2005) que discute o discurso sobre a Amazônia nesta publicação, em VEJA e em THE ECONOMIST.

⁵⁰ O Brasil registrou pela primeira vez, em março de 2004, a devastação provocada por um ciclone tropical, formado no sul do oceano Atlântico. “Catarina”, como informalmente ficou conhecido, trouxe tempestades e ventos de 120 km/h, atingindo em especial localidades litorâneas do Rio Grande do Sul.

⁵¹ Ali (2009) lembra que a TIME é líder no gênero informativo em todo o mundo, com circulação semanal média de mais de quatro milhões de exemplares. A fórmula consagrada foi modelo para concorrentes diretas, bem como para a alemã DER SPIEGEL, a francesa L’EXPRESS e a brasileira Veja, da Abril.

O gesto de leitura mostrou uma discursivização em torno do modo de exercitar socialmente um papel cívico, cada vez mais circunscrito à esfera do consumo, o que me levou a nomear diferentes posições-sujeito que *Época* assumia no interior de uma formação discursiva ecológica contemporânea: (a) engajamento otimista, (b) consumidor cidadão e (c) verde como negócio.

A sequência de capas dos números lançados anualmente por *ÉPOCA*, desde 2006 (Ilustração 6, a seguir), são uma representação temporal dos modos de dizer a questão ambiental. A revista inaugurou as Edições Verdes nomeando a necessidade de mudança de atitude diante de novos cenários, passando, a seguir, pela abordagem de previsões de catástrofes naturais; na esteira dos relatórios do IPCC, avançou no apelo ao consumo sustentável para, posteriormente, tematizar os desafios de uma matriz energética mais limpa. Por fim, na edição mais recente, um reflexo do processo de maior visibilidade do tema e suas consequências práticas em termos financeiros, seja no valor da natureza e no aspecto lucrativo de protegê-la, seja abordando exemplos de sucesso como modelos empresariais.

Uma curiosidade gráfica é que *ÉPOCA* foi a primeira revista semanal brasileira a alterar a cor do seu logotipo, modificando-o para verde, na edição especial de 2008. Em editorial, citou o engajamento profundo na causa ecológica como o motivo. Isso aconteceu duas semanas antes da americana *TIME* (Ilustração 4), fazer o mesmo. Em publicações da Editora Abril, isto pode ser observado nas Edições Verdes da *SUPERINTERESSANTE*, publicadas em dezembro de 2007 e dezembro de 2008, bem como na Edição Especial: Negócios e Sustentabilidade, da revista *EXAME* de julho de 2007. As peculiaridades das revistas da Abril serão tratadas adiante.

Assim como *ÉPOCA*, da Editora Globo, diversas outras revistas brasileiras rapidamente acolheram e trabalharam em suas páginas modos de ver estes tempos quentes, o que ressaltou sua escolha como espaço de observação. Permanecia latente o questionamento sobre o papel que o jornalismo, e o jornalismo de revista, desenharia para si diante da recorrência da abordagem e da ampliação de um debate internacional acerca das problemáticas ecológicas. No decorrer dos dois anos iniciais desta investigação, 2007 e 2008, acompanhei as publicações de abrangência nacional, construindo uma amostra de mais de 100 diferentes números nos quais o tema meio ambiente figurou em ampliado espaço, a começar pela manchete de capa. A disseminação do espaço em revistas tradicionais, produto de diferentes editoras nacionalmente reconhecidas, foi acompanhada por uma profusão de novos títulos, surgidos na ambiência criada pela discussão em torno das mudanças ambientais

globais, oferecendo conteúdo específico sobre meio ambiente, geralmente em números mensais, porém de tiragem e circulação mais restritas, algumas já extintas. São exemplos títulos como SUSTENTA!, AQUECIMENTO GLOBAL e MÃE TERRA e, de outro lado, PÁGINA 22⁵², editada desde 2006 pela Fundação Getúlio Vargas, título que consolidou um tipo de abordagem sobre sustentabilidade do ponto de vista sócio-econômico (Ilustração 7).



Ilustração 6: Edições Verdes de Época em 2006, 2007, 2008, 2009 e 2010.



Ilustração 7: Capas de Sustenta!, Aquecimento Global, Mãe Terra e Página 22.

Findado o período temporal de coleta, de posse de todo o material mencionado, realizei sucessivos recortes até a escolha final pelas publicações da Editora Abril como material a ser trabalhado nas etapas seguintes. Dois elementos foram considerados na opção: no conjunto coletado, eram da Editora o maior número de ocorrências entre as publicações de abrangência mais geral ou segmentada, mas não especializadas unicamente no tema⁵³. Ademais, exceto pela semanal ÉPOCA, da Editora Globo, primeira publicação brasileira a lançar Edições Verdes, a Abril foi a primeira empresa de comunicação com atuação no segmento a lançar um projeto editorial e institucional totalmente dedicado ao tema ambiental, focado na discussão acerca da sustentabilidade. Por essa razão, trabalhar com publicações ao

⁵² Além do formato impresso, que circula mensalmente, Página 22 disponibiliza todo seu conteúdo gratuitamente na internet. Disponível em <http://pagina22.com.br/>. Acesso em 27 nov. 2010.

⁵³ Aqui me refiro a revistas dedicadas unicamente ao tema, como SUSTENTA!, MÃE TERRA e AQUECIMENTO GLOBAL, por exemplo. Sobre este segmento e suas estratégias discursivas, ver trabalhos de Loose (2009, 2010).

longo dos dois anos permitiu debater a construção desse lugar para o jornalismo dentro do tema a partir do advento do Movimento Planeta Sustentável.

Ao mesmo tempo, interessava trabalhar com a imprensa de referência, pensando as revistas na mesma categoria aplicada, por exemplo, aos jornais de referência. A ideia de jornais de referência considera que, num contexto comunicativo nacional e internacional, há publicações periódicas que adquirem três funções básicas, como argumenta Vidal Beneyto (1986): ser imprescindível para os outros meios de comunicação; possibilitar a presença e a expressão de grandes líderes políticos, de instituições sociais e associações representativas; e servir externamente de referência sobre a realidade do país. São qualificadores que não estão restritos, portanto, à tiragem e/ou à circulação, apesar de sua relevância como dado. Antes, estão ligados aos jornais “que mais influência têm sobre a opinião pública de seus países”, diz Molina (2007, p. 10). Para o autor, o jornalismo de referência encerra algumas características centrais: a relevância; a hierarquia da informação; a diagramação cosmopolita; o consumo por uma elite formadora de opinião, nem sempre vinculada ao governo; e o respeito ao leitor. Também relacionando referência à qualidade e à elite, os jornais de referência são associados à especialização, análise e investigação. Sousa (2003, p. 8) fala do potencial de “transformar o jornalismo de referência, nos regimes democráticos, num novo espaço público, ou numa nova arena pública”. Imbert (1986), da mesma forma, enquadra a imprensa de referência como um novo espaço público, partícipe da socialização e cidadania, que permite aos discursos públicos excluídos do cenário político emergir.

Outros apoios teóricos foram pensados para efetivar as escolhas. Lembrando Maingueneau (2007), há uma tríade a ser pensada no trabalho com o discurso e que explicita o percurso do analista na busca por construir seu *corpus* discursivo. A tríade é composta pelas noções de universo discursivo, campo discursivo e espaço discursivo, a partir dos quais iniciei os recortes verticais para o presente estudo, levando em conta que a ótica da AD não é a da exaustividade horizontal. No desenho do dispositivo-teórico metodológico, ilustrado nas páginas seguintes, o universo discursivo é definido pelo conjunto de Formações Discursivas e a interação delas em dada conjuntura. O autor ressalta a grande extensão do conceito, constituindo apenas um horizonte a partir do qual serão construídos domínios suscetíveis de serem estudados, os campos discursivos.

Os campos discursivos, por sua vez, são um “conjunto de formações discursivas em concorrência, delimitando-se reciprocamente em uma região determinada do universo discursivo” (MAINGUENEAU, 2007, p. 35). A concorrência aqui deve ser entendida de

forma ampla. Abrange o enfrentamento aberto, assim como a aliança e a indiferença aparente entre discursos que possuem a mesma função social, porém divergem quanto à maneira de exercê-la, algo muito presente nos conflitos que envolvem o dizer acerca da sustentabilidade. São exemplos de campos discursivos o político, o pedagógico, o filosófico ou subconjuntos desses, que comporiam, dentro desses campos maiores, uma configuração relativamente autônoma.

Já os espaços discursivos consistem nos subconjuntos de Formações Discursivas cuja inter-relação o analista julga pertinente analisar. Trata-se, portanto, de um recorte resultante de hipóteses fundadas no conhecimento dos textos e da história destes.

O ponto de partida, desta forma, foi um universo discursivo muito amplo, que abarca em seu interior o Campo Jornalístico (assim como os demais Campos, em especial os acionados no dizer jornalístico). O Campo, por sua vez, é composto de diferentes espaços discursivos, sendo que aqui interessa o espaço do discurso sobre meio ambiente, no eixo da sustentabilidade e seu aparecimento nas revistas. Um recorte vertical estabeleceu a escolha de quais revistas da Editora Abril constituiriam os domínios dos quais foram extraídas as sequências discursivas (SDs) para a constituição do *corpus* discursivo para análise (conforme explícito a seguir). No contexto do presente trabalho, domínios discursivos designam uma esfera ou instância de produção discursiva. Não são textos ou discursos, mas propiciam o acontecimento de discursos específicos, ou seja, o espaço escolhido para operar a leitura proposta.

O gesto de leitura do discurso das publicações foi pensado levando em consideração os quadros fornecidos pelo próprio dispositivo revista, em termos de formato e ações especiais sobre o ecológico, assim como os quadros que advém do dizer das publicações sobre si e sobre suas práticas, que emergem nos editoriais, em relação com o que foi lido na materialidade das reportagens. Este gesto constituiu a base empírica para debater o lugar discursivo das revistas e seu trabalho sobre o tema nos dois primeiros anos do Movimento Planeta Sustentável e sua manifestação editorial, nas páginas das publicações.

A seleção dos títulos da Abril produziu uma amostra inicial de 41 exemplares, de nove publicações diferentes⁵⁴, porém em quantidades díspares. Foram excluídas do conjunto as publicações REVISTA MTV e REVISTA DA SEMANA, uma vez que os títulos foram

⁵⁴ Os nove títulos: CLÁUDIA (1 edição), EXAME (6 edições), GUIA EXAME DE SUSTENTABILIDADE (2 edições), NATIONAL GEOGRAPHIC BRASIL (5 edições), NOVA ESCOLA (1 edição), SUPERINTERESSANTE (8 edições), VEJA (9 edições), VIDA SIMPLES (4 edições), REVISTA MTV (1 edição) e REVISTA DA SEMANA (2 edições).

extintos no primeiro ano da coleta. Entre 37 exemplares (Anexo A) dos sete títulos restantes, foi feito um novo recorte, uma vez que interessava ver, nestas revistas, (1) como diziam sobre si (a revista e a instituição) e (2) como diziam o tema, conforme expresso nos objetivos da tese. Passaram a ser foco, portanto, os dizeres editoriais e as reportagens de capa, como espaço privilegiado e ampliado de abordagem. Cruzei então dois critérios para fechamento da amostra.

O primeiro, a menção nos textos editoriais ao tema ambiental, trabalho da revista ou postura institucional da Editora Abril. O segundo, a abordagem do tema no período temporal considerado, ou seja, a ocorrência de números dedicados ao tema ao longo dos anos de 2007 e 2008. Ao final, restaram 31 números, de cinco títulos diferentes: VEJA, SUPERINTERESSANTE, EXAME, NATIONAL GEOGRAPHIC BRASIL e VIDA SIMPLES. As publicações CLÁUDIA⁵⁵ e NOVA ESCOLA tiveram cada uma apenas um exemplar no qual a questão ambiental foi manchete de capa, não sendo incluídas no recorte final.

Definidas as cinco revistas, ficaram estabelecidos os domínios discursivos principais para a análise, cinco ao total, cada um representado por uma das publicações (Ilustração 8). Cada domínio foi objeto de sucessivas leituras, de modo a realizar a extração das sequências que originaram o *corpus* discursivo.

⁵⁵ Da edição 553 de CLÁUDIA, de Outubro de 2007, foi extraído apenas um recorte com referência à Editora Abril e seu fundador, utilizado aqui na contextualização da instituição.

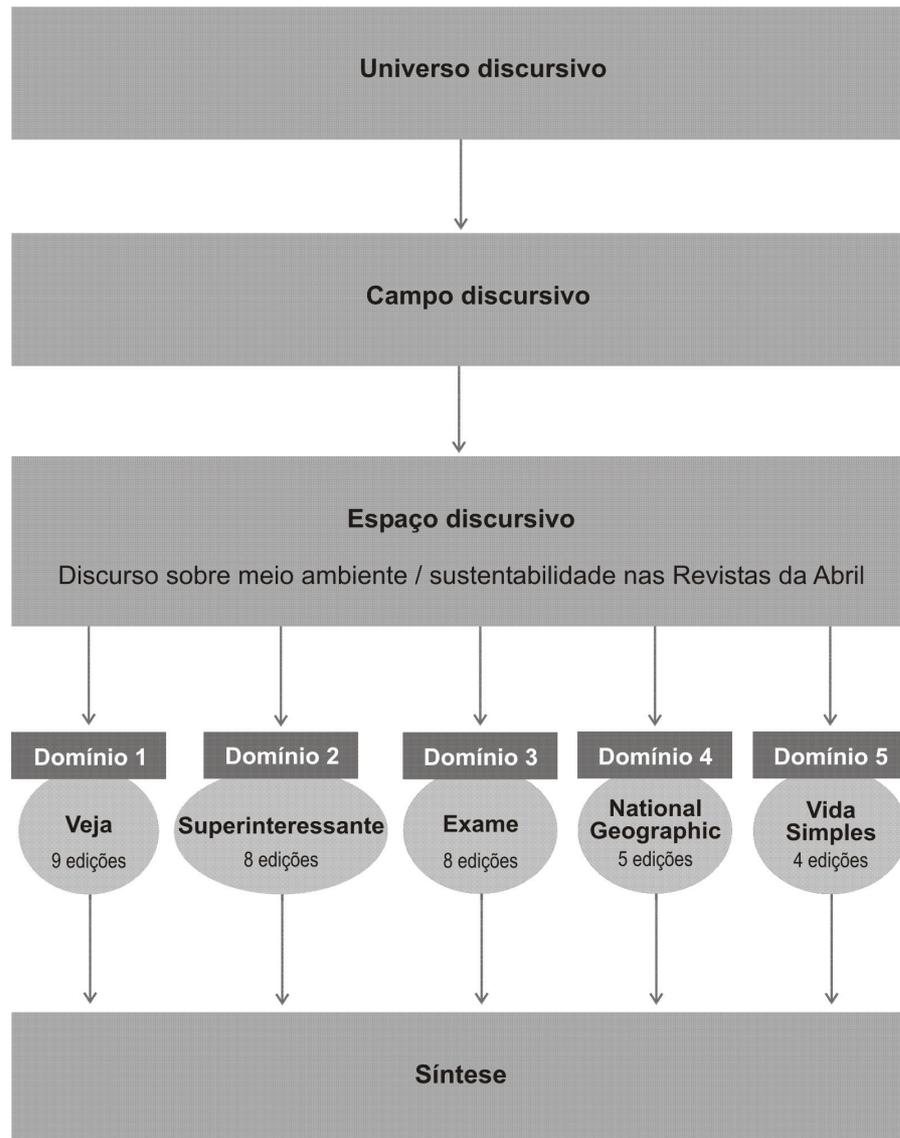


Ilustração 8: Dispositivo analítico

Para Courtine (2006), a constituição de um *corpus* discursivo congrega uma operação de realizar, por meio de um dispositivo material, as hipóteses que compõem os objetivos da pesquisa. De forma semelhante, Orlandi (2001, p. 63) coloca que em Análise do Discurso, a construção do *corpus* já implica em decidir acerca de propriedades discursivas:

a melhor maneira de atender à questão da constituição do *corpus* é construir montagens discursivas que obedeçam a critérios que decorrem de princípios teóricos da análise do discurso, face aos objetivos da análise, e que permitam chegar à sua compreensão. Esses objetivos, em consonância com o método e os procedimentos, não visa a demonstração mas a mostrar como um discurso funciona produzindo (efeitos de) sentidos.

Por esta orientação e a partir das hipóteses e objetivos da pesquisa, trabalhei inicialmente com 71 sequências discursivas (SDs)⁵⁶ recortadas dos textos editoriais, em uma primeira perspectiva de “lugar” presente no interior dos textos, antes de chegar na discussão sobre a relação entre lugar social - lugar discursivo. Depois, considerei as sequências discursivas extraídas das reportagens sobre meio ambiente que tiveram manchete de capa, bem como as indicadas como pertencentes ao âmbito do MPS, seja por meio de selos de identificação ou publicadas em páginas posteriores aos Manifestos⁵⁷ e Mídias de divulgação do Movimento, também caracterizadores da sua vinculação ao MPS. Este segundo movimento de análise, tomando em conta o quadro fornecido pelo primeiro, foi baseado em 512 SDs⁵⁸, trabalhadas em suas regularidades e contradições. Ao total, o *corpus* discursivo foi composto, portanto, por 583 SDs, pertencentes aos cinco domínios de análise⁵⁹.

A intenção metodológica é resumida pelo embate com o texto, na busca por entendê-lo enquanto um objeto linguístico-histórico e de como ele realiza a discursividade que o constitui. Para que isso aconteça, o trabalho de AD deve considerar o primado do interdiscurso, associado aos seus próprios efeitos e ao trabalho da memória, bem como ao conceito de formação discursiva, definidos no capítulo anterior, de modo a nortear as análises dos dizeres sobre o tema do meio ambiente nas revistas.

Reitero que a noção de lugar discursivo é tomada como categoria de análise, tal como propõe Grigoletto (2005)⁶⁰. Em um diálogo teórico com seu estudo, desloquei a noção da sua abordagem original para discutir não a figura do jornalista, mas das revistas em si. Isso porque avalio que há um movimento que é anterior ao dizer das reportagens, que coloca em processo os quadros nos quais o dizer das revistas acerca da questão ambiental reveste-se de sentido ou, dito de outra forma, quadros que são parte essencial dos efeitos de sentido desejados, e que necessitam ser apreendidos conceitualmente. Fica a ressalva acerca do uso da expressão anterior porque todas as condições de produção estão manifestas no texto. Por isso, o dizer das revistas é tomado em sintonia com a imagem que elas próprias buscam ofertar e da qual seu conteúdo não pode ser descolado, como discuto nos itens subsequentes.

⁵⁶ As sequências discursivas referentes aos textos editoriais estão no Anexo H.

⁵⁷ Páginas institucionais de publicidade sobre o Movimento Planeta Sustentável. Ver Anexos F e G.

⁵⁸ As sequências discursivas extraídas das reportagens estão no Anexo I.

⁵⁹ Os Anexos D e E apresentam a quantidade e percentuais de sequências extraídas de cada domínio.

⁶⁰ Em sua tese de Doutorado “O discurso de divulgação científica: um espaço discursivo intervalar”, a autora desenvolve estudo sobre jornalismo e ciência no discurso de divulgação científica das revistas Superinteressante e Ciência Hoje.

4.1 Dos quadros e condições de produção

A atuação do Grupo Abril, hoje um dos maiores grupos de comunicação da América Latina, teve início em 1950. Na sua composição há diversas empresas, a começar pela Editora Abril (revistas), a Abril Digital (Abril.com e Abril no celular), canais de TV segmentados (MTV, FIZ TV Canal Ideal) e um pago (TVA, em parceria com a Telefônica); Internet (provedores UOL, BOL e Ajato) e, no segmento de livros, as Editoras Abril, Ática e Scipione, do braço Abril Educação. No ano de 2008, na área de impressos, quando do encerramento de coleta do material para a amostra, a Abril publicou mais de 300 títulos (em 2009 foram 378), atingindo “uma circulação de 180 milhões de exemplares, em um universo de mais de 28 milhões de leitores e 4 milhões de assinaturas”⁶¹. Em 2008, sete das dez revistas mensais mais lidas do país eram da Abril, dado que se manteve em 2010, conforme aferição do Instituto Verificador de Circulação⁶².

Em seu dizer sobre si, a Abril entende ter inaugurado “uma cultura jornalística brasileira em texto, fotografia, edição e produção”. As primeiras publicações da Abril foram revistas em quadrinhos (HQs) de Walt Disney, uma novidade no Brasil da metade do século XX. Seus fundadores, de origem italiana, mas vindos dos Estados Unidos, chegaram ao país com os direitos autorais das HQs e com experiência editorial familiar. Desde o começo, as revistas tiveram boa aceitação e os quadrinhos Disney permitiram o crescimento gradual da empresa, servindo de apoio para novos lançamentos.

O segundo êxito editorial deu-se com a publicação, em 1952, da revista CAPRICHOS, de fotonovelas. Na mesma década, ainda vieram outros títulos do gênero, bem como outras revistas de personagens Disney. Mas foi a partir da década de 1960 que a Editora passou a estar marcada por características jornalísticas e lançou revistas que, ainda hoje, estão em circulação. Mira (1999) afirma que quatro revistas nascidas neste período – QUATRO RODAS (1960), dedicada ao segmento automobilístico; CLÁUDIA (1961), direcionada ao público feminino; e as revistas REALIDADE (1966 – 1976) e VEJA (1968), voltadas para informações em geral – podem ser diretamente associadas a um ou mais aspectos da modernização da sociedade brasileira naquele período. CLÁUDIA se desenvolveu no processo de formação da chamada sociedade de consumo no país, QUATRO RODAS coincidiu com o crescimento da indústria automobilística e do turismo; VEJA e

⁶¹ Disponível em: <http://www.abril.com.br/arquivo/presskitabril2008.pdf>. Acesso em: 19 jul. 2010.

⁶² Disponível em: <http://www.aner.org.br/Conteudo/1/artigo42418-1.asp>. Acesso em: 10 jan. 2011.

REALIDADE⁶³ acabaram por assumir um papel político-ideológico na vida do público leitor, reflete a autora.

As publicações podem ser tomadas como marco da segmentação do mercado de revistas no Brasil, servindo, inclusive, como propulsoras do fechamento de antigas publicações de sucesso no país – de outras editoras – ou para a criação de um regime real de concorrência mercadológica. Além disso, a partir delas, houve a modernização da indústria gráfica e o surgimento de novas condições de se trabalhar com a publicidade, importante para o setor.

Mesmo baseadas em modelos estrangeiros, tais publicações nasceram com o intuito de “mostrar o Brasil aos brasileiros” (MIRA, 1999). O processo por elas inaugurado institucionalizou uma lógica empresarial mais ampla e “profissional” para a Editora Abril, que teve papel na estruturação de mercado e na introdução de uma série de aspectos jornalísticos no universo das publicações periódicas segmentadas no país. As décadas seguintes serviram para o lançamento de outras publicações, deixando à mostra o processo, na relação entre Editora e sociedade, de codeterminação de novos nichos editoriais e novos públicos. Desse cenário histórico, de configuração de publicações e/ou de projetos editoriais, um certo “saber” sobre o “fazer revistas” foi formado pela Abril (SCHWAAB e TAVARES, 2010).

Uma das manifestações desse saber fazer está na arquitetura que organiza as publicações do Grupo Abril. Conforme os expedientes das revistas⁶⁴ e o site da Editora⁶⁵, os mais de cinquenta títulos atualmente editados estão organizados em quinze diferentes Núcleos⁶⁶, mais a Fundação Victor Civita, mantida pelo Grupo, onde está alocada a revista NOVA ESCOLA. O primeiro Núcleo abarca as publicações do segmento VEJA, a partir da principal revista do grupo. Os demais Núcleos permitem entender que cartografia é esta,

⁶³ Sobre REALIDADE ver: FARO (1999).

⁶⁴ Espaço com dados institucionais do grupo e específicos daquela publicação. Edições de 2008/2.

⁶⁵ Disponível em: <http://www.abril.com.br/quemsomos>. Acesso em: 17 out. 2010.

⁶⁶ São eles: *Núcleo Veja*: Veja, Veja São Paulo, Veja Rio, Vejas Regionais; *Núcleo Negócios*: Exame, Exame PME, Você S/A; *Núcleo Tecnologia*: Info, Info Corporate; *Núcleo Informação*: Revista da Semana; *Núcleo Consumo*: Boa Forma, Elle, Estilo, Manequim, Revista A; *Núcleo Comportamento*: Cláudia, Gloss, Nova; *Núcleo Semanais de Comportamento*: Ana Maria, Faça e Venda, Sou Mais Eu!, Viva Mais!; *Núcleo Bem-Estar*: Bons Fluidos, Saúde!, Vida Simples; *Núcleo Jovem*: Almanaque Abril, Aventuras na História, Capricho, Guia do Estudante, Loveteen, Mundo Estranho, Superinteressante; *Núcleo Infantil*: Atividades, Disney, Recreio; *Núcleo Homem*: Men’s Health, Playboy, Vip; *Núcleo Casa e Construção*: Arquitetura e Construção, Casa Cláudia; *Núcleo Celebidades*: Bravo!, Contigo!, Minha Novela, Tititi; *Núcleo Motor Esportes*: Frota S/A, Placar, Quatro Rodas; *Núcleo Turismo*: Guias Quatro Rodas, National Geographic, Viagem e Turismo; *Fundação Victor Civita*: Nova Escola. Dados disponíveis em: <http://www.abril.com.br/quemsomos>. Acesso em: 17 out. 2010.

adotada pela Abril, que indica a existência, dentro da editora, de um jornalismo temático⁶⁷, no qual os temas imprimem certos arranjos editoriais. A partir dos nomes dos Núcleos, por exemplo, movimentos jornalísticos acabam por ser coordenados dentro de nichos mercadologicamente exploráveis, e, ao mesmo tempo, constituem domínios discursivos para a produção jornalística, desde onde se fala e para quem/onde se fala: Negócios, Tecnologia, Informação, Consumo, Comportamento, Semanais de Comportamento, Bem Estar, Jovem, Infantil, Homem, Casa e Construção, Celebidades, Motor, Esportes e Turismo.

As revistas da Abril, apesar de autônomas, com faturamento e redações próprias, compartilham lógicas da instituição que as envolve. Jornalisticamente, acabam por discursivizar em suas páginas aspectos institucionais, sejam elementos simbólicos de seu capital como empresa jornalística, sejam os previstos por projetos editoriais mais amplos. Dos diversos temas que perpassam as publicações e que ao mesmo tempo norteiam os núcleos, pode-se dizer que a segmentação que aí se apresenta confirma, desde um público e de conteúdos periodicamente renováveis (mas ao mesmo tempo contínuos de um ponto de vista editorial), a interação entre o caráter identitário e temático que o mercado busca abarcar. No caso do Grupo Abril, suas revistas – a partir de seus núcleos – materializam a tentativa de dar conta de um todo social, oferecendo produtos a certas demandas coletivas e, ao mesmo tempo, criando-as. E o processo que aí se configura faz com que cada publicação crie exigências próprias para uma coerência editorial, porém mantendo vivos certos laços institucionais e a “alma” de uma proposta comum que as une, algo anterior, mas que continua falando em cada um dos textos e no modo como o jornalismo organiza sua mediação acerca dos temas que elege. O imaginário institucional pode ser pensado pelas marcas materializadas nos seguintes textos:

⁶⁷ O site do Curso Abril de Jornalismo, que seleciona recém-graduados em Comunicação para o quadro de profissionais da Editora, utiliza a expressão. Ver: <http://cursoabril.abril.com.br/servico/ideias/>. Acesso em: 17 out. 2010.



Ilustração 9: Logotipo Editora Abril

Nada como aprender à sombra de uma árvore.

Hoje alguns milhões a mais de pessoas podem ler esta revista. E nós nos orgulhamos disso.

A Abril tem uma Divisão inteira que só cuida de Educação. Ela edita livros e manuais de alfabetização e educação continuada, livros didáticos, fascículos para acompanhamento de cursos através de televisão e rádio.

Nesta Divisão são feitas cartilhas especiais para educar o agricultor ou para ensinar a muita gente como prevenir-se de doenças. A Abril está trabalhando para transformar aquelas cansativas lições do passado em material de ensino atualizado, atraente, bonito e interessante. E, além disso, a um preço acessível para todos.

Plantamos nossa árvorezinha com muito entusiasmo e confiança. Ela cresceu e floresceu. O campo da Educação não era tão árido como muitos pensavam. Mas, ainda não é tempo de descansar. Muitos milhões de pessoas ainda não podem ler esta mensagem.

Por isso, estamos plantando mais e mais árvores, para que - à sombra delas - todos possam aprender.



176

Ilustração 10: Abril - Anúncio institucional, 1976.

Fonte: Documento Abril Especial: Grandes Reportagens.

T1 Nada como aprender à sombra de uma árvore.

Hoje alguns milhões a mais de pessoas podem ler esta revista. E **nós nos orgulhamos** disso. A Abril tem uma Divisão interna que só **cuida** de Educação. Ela edita livros e manuais de alfabetização e educação continuada, livros didáticos, fascículos para acompanhamento de cursos através de televisão e rádio.

Nesta Divisão são feitas cartilhas especiais para **educar** o agricultor ou para ensinar a muita gente como prevenir-se de doenças. A Abril está trabalhando para **transformar aquelas cansativas lições do passado em material de ensino atualizado, atraente, bonito e interessante**. E, além disso, a um **preço acessível** para todos.

Plantamos nossa arvorezinha com muito **entusiasmo e confiança**. Ela cresceu e floresceu. O campo da Educação não era tão árido como muitos pensavam. Mas, ainda não é tempo de descansar. Muitos milhões de pessoas ainda não podem ler esta mensagem.

Por isso, **estamos plantando mais e mais árvores, para que – à sombra delas – todos possam aprender**. (Documento Abril Especial: Grandes Reportagens, 1976)

T2 Quando Victor Civita, carinhosamente chamado de "seu Victor" pelos que o conheceram, fundou a Abril, há 57 anos, mostrou-se um **visionário**. Escolheu como **símbolo da empresa** uma **árvore**, significando a **fertilidade, e verde, como a esperança**. (CLÁUDIA, ed. 553, out. 2007, p. 6)⁶⁸

Aqui emerge o imaginário institucional que perpassa o Grupo e toca as revistas e seu dizer sobre si. À sombra da árvore que simboliza a Abril (Ilustração 9), nos dois textos, a informação é mobilizada em atributos de aprender (de uma maneira inovadora) e de esperança em ideias férteis. Ambos os textos partem de um mesmo gesto de convocar para o Grupo a visão de futuro. Em T1⁶⁹, a Abril “suplanta velhas fórmulas” e semeia saber onde “nada crescia”, por meio do seu segmento educativo (cartilhas, livros). Antevendo o futuro, em T2, a figura do fundador segue com suas sementes informativas e marca o gesto de dizer-se nos dois momentos distintos, ambos de celebração editorial. T2 é extraído do texto editorial da Edição de Aniversário de 40 anos da revista CLÁUDIA, cuja comemoração se dá pela publicação da sua primeira Edição Verde. T1, de 1976, é veiculado em anúncio (Ilustração 19) do Grupo em publicação especial chamada Documento Abril, alusiva aos 26 anos da Editora, e na qual estão reunidas as melhores reportagens de revistas como REALIDADE, QUATRO RODAS, VEJA, CLÁUDIA, PLACAR e HOMEM.

No mesmo material, na apresentação da publicação, a Editora delineia o caráter histórico das grandes reportagens jornalísticas estampadas em suas revistas. Trinta e um anos depois, a marca “histórico” continuará adjetivando as revistas do Grupo. Reproduzo aqui a

⁶⁸ A edição está citada no Anexo A, que lista a amostra coletada.

⁶⁹ Utilizarei **T**, seguido de número, para indicar trechos convocados de outros espaços que não os fornecedores dos recortes que compõem o *corpus* discursivo. Estes, por sua vez, estão identificados por **SD** (sequência discursiva) e a respectiva numeração para apresentação no texto da tese, aparecendo a partir do próximo item do capítulo. Ambos aparecem em fonte distinta, de modo a diferenciá-los de citações bibliográficas. As marcas principais estão em negrito. O código ao final das SDs refere-se à identificação no interior do corpus, indicando o número da revista na amostra, a revista, ano de origem e a numeração recebida no conjunto de SDs extraídas.

parte inicial do texto de 1976, verificando nele uma proximidade com o que as revistas dizem atualmente sobre seu fazer, de uma inscrição ideológica e imaginária sobre jornalismo, cujas marcas permanecem falando na materialidade dos textos do *corpus* discursivo, permitindo operar diferentes abordagens, sob o apoio da relevância do seu lugar social:

T3 uma reportagem precisa ir além da abordagem de um **tema atual**, de forma **clara e objetiva**. Porque tão importante quanto estes ingredientes é o **talento, a sensibilidade** e a **capacidade** de comunicação **dos jornalistas** que chegam **onde as coisas** estão acontecendo no momento e na hora exata. Se souberem transmitir tudo o que viram e sentiram a ponto de emocionar e **marcar o leitor, fazendo-o participar dos fatos**, viver as mesmas aventuras, enriquecer a sua experiência de vida através do texto que leu e das fotos que viu, aí sim teremos uma grande reportagem.

No seio da arquitetura empresarial e editorial da Abril é que surge oficialmente, em maio de 2007, a iniciativa Planeta Sustentável. O Movimento parte de um tema atual, o ecológico, mas ultrapassa uma possível primeira orientação para uma classificação segmentada de abordagem jornalística. Meio ambiente, sob o mote da sustentabilidade, ganhará espaço em revistas dos mais diversos núcleos da empresa, de forma transversal. Algo que, não só pelo viés mercadológico, mas também jornalístico, coloca a prática temática da Editora em evidência.

O Movimento Planeta Sustentável (MPS), capitaneado pela Abril, reúne iniciativas em torno de temáticas ambientais nas páginas de suas revistas e fora delas. No âmbito do presente estudo, é a sua manifestação editorial, entretanto, que interessa. Desde a criação do MPS, a Abril mantém um portal na internet⁷⁰ para reunir todo o conteúdo sobre meio ambiente produzido pelo Grupo, permitindo, por exemplo, acesso gratuito a todas as matérias sobre meio ambiente veiculadas nas publicações. Além desses materiais, o portal congrega *blogs* assinados por repórteres, editores e colunistas, todos com abordagens em sintonia com a proposta editorial do Movimento. Ressalto, todavia, que o presente estudo considerou o material publicado nas edições impressas das revistas a partir dos exemplares selecionados para compor a amostra porque, além de interessar a manifestação editorial do lugar das revistas, o objetivo era trabalhar com os mesmos textos que chegam ao leitor. Outros textos são acionados para contextualizar informações e dados, a partir das demandas do objeto.

Na definição disponível no Portal, a Abril nomeia o Movimento como uma “iniciativa pelo planeta”. No trecho destacado a seguir (T4), é possível perceber uma imagem acerca da atuação das revistas e das tarefas que assumem para si ao estampar o verde em suas páginas:

⁷⁰ Disponível em: <http://www.planetasustentavel.com.br>. Acesso em: 19 jul. 2010.

T4 Agir de maneira sustentável é atender as necessidades do presente sem comprometer as possibilidades de as futuras gerações atenderem as suas próprias necessidades. Para **ser sustentável**, qualquer empreendimento humano deve ser ecologicamente correto, economicamente viável, socialmente justo e culturalmente aceito. Acreditamos que **discutir, informar e produzir conhecimento** sobre SUSTENTABILIDADE é essencial para informar e **qualificar as ações** que levarão à **construção de um mundo melhor**. Para cumprir essa missão de **ampliar o conhecimento** sobre o tema, criamos o PLANETA SUSTENTÁVEL.⁷¹

Os aspectos cognitivos do informar merecem destaque como a tônica do trabalho desenvolvido pelas revistas, além dos sites da Editora, eventos e outras plataformas sobre sustentabilidade. Conforme outro dizer institucional do Grupo⁷², o objetivo com o MPS é “ampliar o conhecimento, produzir referências e comunicar-se permanentemente, com 15 milhões de leitores, impulsionando a mobilização e consciência sobre o tema”⁷³. A função atribuída ao Movimento e ao que este propõe desenvolver perpassa também o logotipo (Ilustração 11) que o identifica:



Ilustração 11: Logotipo Planeta Sustentável

O material sintetiza o caráter de educação, de guia para atitudes sustentáveis, em especial no simbolismo que pode ser lido no gesto do adulto que toma uma criança pela mão e conduz seu olhar e o do leitor para as folhas verdes estilizadas que traz em sua mão, chamando atenção para o meio ambiente e a sustentabilidade. Remete, ainda, ao enunciado-chave que define a ideia de desenvolvimento sustentável, da solidariedade diacrônica, tomada como limite para a satisfação dos interesses das atuais gerações, com respeito ao direito das futuras realizarem os seus. Ao redor das duas figuras, o anel azul representa não só a água, mas um caráter de dinamismo, de entorno envolvente e, ao mesmo tempo, de engajamento à questão

⁷¹ Disponível em: <http://planetasustentavel.abril.com.br/movimento>. Acesso em: 19 jul. 2010.

⁷² Além da área ambiental, a educação também é objeto de um movimento institucional da Abril. O “Educar para Crescer”, projeto sem fins lucrativos que tem por objetivo “ampliar o conhecimento da sociedade sobre as principais questões da educação brasileira e mobilizar as pessoas em favor de ações concretas e mensuráveis na área”. A Abril realiza pesquisas anuais sobre o tema, reportagens em suas revistas, cartilhas para escolas, além de manter um portal *online* de notícias específico do projeto. Disponível em: <http://www.educarparacrescer.com.br>. Acesso em 17 dez. 2010.

⁷³ <http://www.grupoabril.com.br/arquivo/inventarioanobase.pdf>

central de um movimento em prol da causa empreendida pela Abril. O logotipo fornece mais pistas⁷⁴ para ajudar a compor um primeiro quadro, qual seja, o esforço de constituição de uma comunidade de sentido, discursiva, partilhada em torno da questão do verde, conforme abordado no decorrer do capítulo.

Entendo quadro, no âmbito deste trabalho, como um conjunto de demarcações que são parte do texto das revistas: cores, design, imagens. É certo que o grande foco aqui está no texto verbal dos editoriais e reportagens. O sentido do discurso das revistas, contudo, depende dos quadros que englobam o dizer (RODRIGUES, 2009) e são parte das condições de produção do discurso, no espaço e tempo do seu aparecimento, parte da cena de enunciação, como propõe Maingueneau (2008), que acontece em um espaço definido pelo gênero do discurso – o jornalístico (BENETTI, 2008) – mas também sobre a dimensão construtiva do discurso que, enquanto objeto, instaura um espaço para si.

Institucionalmente, o MPS é apresentado aos leitores das revistas por meio de Manifestos e Mídias da Sustentabilidade (ver imagens nos Anexos F e G). Em 2007, primeiro ano do projeto, a Abril trabalhou esses materiais em 55 revistas, ocupando mais de mil páginas para difusão das ideias debatidas no âmbito do projeto, além de mídias dos patrocinadores, nomeados como parceiros (à época, Bunge, Petrobrás, Sabesp, CPFL Energia e a própria Abril), a quem são dedicados espaços específicos para divulgação de suas ações na área ambiental, em causas “pertinentes ao tema”. O “Planeta Sustentável” conta com Conselho Consultivo⁷⁵ que se reúne mensalmente, conforme informação do *site* do projeto. O grupo de especialistas, denominado de “pessoas notáveis” participa da elaboração dos Manifestos, além de orientar o desenvolvimento de programas e ações do MPS, servindo, por vezes, como consultores em reportagens das revistas.

Todo esse contexto institucional interessa aqui pela sua força nos contornos editoriais e do que é manifesto no dizer das publicações. É encaminhada por esta via a perspectiva de construção de um lugar para o jornalismo diante do tema, debatida agora a partir do aparecimento do discurso sobre si e sobre questões ambientais nos cinco domínios eleitos para o estudo.

Sublinhados elementos da instituição Abril, que afetam os domínios, constituídos a partir das revistas selecionadas, começo a apresentar o gesto de leitura do *corpus* discursivo.

⁷⁴ Concordando com Voese (1997, p.174), “a noção de pista deve sempre lembrar que ela só pode apontar para algo quando observada e cotejada com outras. Há, na noção de pista, sempre uma idéia de precariedade”.

⁷⁵ Disponível em: <http://planetasustentavel.abril.com.br/conselho>. Acesso em: 15 fev. 2009.

A interpretação se deu pela relação entre os recortes advindos dos dizeres editoriais e os recortes extraídos das reportagens. Primeiro, mostrarei como cada revista nomeia o seu lugar. A seguir, qual a relação de lugares que instalam no discurso sobre o verde. Para apresentação dos resultados de análise, trabalho no dedobramentos do tema maior, meio ambiente, cujo mote editorial é o da sustentabilidade como valor para o dizer, fundamentalmente em função da criação do Movimento Planeta Sustentável, conforme indicado.

Os quadros que englobam o tratamento editorial diferenciado do tema meio ambiente serão descritos pela sua manifestação gráfica ou sob o prisma de reportagens especiais, guias, e nas chamadas Edições Verdes. O ponto de partida está no funcionamento da autorreferencialidade nos espaços editoriais, para colocá-la, depois, em relação com os referentes que permeiam as reportagens. Pensar a autorreferencialidade é destramar o dizer do locutor sobre si, sobre sua prática, no caso das revistas, quando quem diz toma a si próprio como objeto, com interesse no efeito da sua imagem sobre o que diz para quem lê. Os editoriais das revistas, muito especialmente, contribuem para afirmar os quadros que envolvem o que vai se encontrar naquela edição. Ou seja, não basta dizer, é preciso contornar o que se diz em determinados atributos, como de relevância. Reitero que o foco da análise instala-se no texto verbal das revistas, sendo os demais aspectos trazidos na descrição do *corpus* sempre que necessário. Optei aqui por chamar de textos editoriais o espaço assinado, nas primeiras páginas, dedicado ao diálogo editor/publicação com os leitores, apresentando a edição, função diversa do espaço da reportagem, também analisado.

Para a discussão do lugar discursivo que faz parte da constituição do discurso jornalístico sobre meio ambiente nas revistas, assim como das distintas posições-sujeito que os lugares identificados compreendem, divido a apresentação em diferentes recortes e blocos, conforme as regularidades discursivas interpretadas a partir das marcas identificadas no gesto de leitura do *corpus*, lembrando que à AD interessa o funcionamento dessas marcas no interior do discurso. Minha interpretação considera o funcionamento da marcas como projeção de lugares que a ordem do discurso jornalístico atribui a si, aos outros e à sua prática, dentro do objetivo de debater como o jornalismo dota de sentido seu dizer ao tratar da questão ambiental e construir respostas aos questionamentos norteadores sobre o tema nas revistas, jornalismo de revista e sobre as publicações da Abril. Apresento um primeiro panorama dos lugares dos cinco domínios para, a seguir, debater os lugares outros discursivizados pelas revistas.

a. Domínio 1 - VEJA

VEJA surgiu em 1968. Atualmente, é a revista líder no mercado brasileiro em termos de circulação e tiragem; carro-chefe da editora Abril, posto mantido e reiterado de forma estratégica na comemoração dos seus 40 anos, em 2008⁷⁶. No âmbito internacional, passou de quarta (2008) para terceira maior revista semanal de informação – depois de TIME e NEWSWEEK –, e a maior fora dos Estados Unidos (2010). Semanalmente, VEJA imprime 1,2 milhão de exemplares, sendo mais de 925 mil dedicados aos seus assinantes. Tais números projetam uma estimativa de 7,9 milhões de leitores por edição, 62% deles com idades entre 20 e 49 anos. Tal posição faz com que a veiculação de anúncio publicitário de uma página, em apenas uma edição, saia por R\$ 254.200,00, custo que é reflexo também do perfil econômico dos leitores atingidos por VEJA, conforme levantamento da Abril: três quartos deles estão situados nas faixas A (28%) e B (46%), com grande potencial de consumo⁷⁷.

VEJA é apresentada aos assinantes e interessados em assiná-la⁷⁸ como uma revista “investigativa e esclarecedora que repercute em todo o país, com reportagens que antecipam e explicam as grandes questões do Brasil e do mundo”. Erípedes Alcântara, diretor editorial de VEJA, em entrevista à Revista Imprensa⁷⁹ (O CÉREBRO DA VEJA, 2009), afirmou que a publicação é “uma experiência muito maior que um rótulo e um conteúdo”, vetando a expressão “produto” para definir VEJA, conforme recomendação do atual editor da Abril, Roberto Civita. Nas palavras do próprio Civita, reproduzidas em espaço institucional (T5), VEJA é dita como a maior e mais respeitada revista do Brasil, delineando como sua missão

T5 Ser a principal publicação brasileira em todos os sentidos. Não apenas em circulação, faturamento publicitário, assinantes, qualidade, competência jornalística, mas também em sua insistência na **necessidade de consertar, reformular, repensar e reformar o Brasil. Essa é a missão da revista.** Ela existe para que os leitores entendam melhor o mundo em que vivemos.⁸⁰

⁷⁶ Para marcar a data, VEJA lançou duas edições concomitantes em 10 de setembro de 2008. A primeira, uma Edição Especial (Ano 41, ed. 2077) de retrospectiva dos principais fatos da história recente do Brasil e do Mundo e de que forma eles figuraram em VEJA. A segunda, uma edição normal (Ano 41, ed. 2077, n. 36), porém tendo como principal assunto as “40 propostas para o Brasil” que Veja reuniu a partir de um Seminário “O Brasil que queremos ser” com convidados dos campos político, econômico, artístico e acadêmico. São trabalhadas ideias ‘aplicáveis’ pelo país em diferentes temas, entre elas ambiente.

⁷⁷ Fonte: Publicidade Abril. Disponível em: <http://publicidade.abril.com.br>. Acesso em 4 Jan. 2011.

⁷⁸ Disponível em: <http://www.assineabril.com.br/assinar/revista-veja/origem=sr/veja/rodape>. Acesso em 10 dez. 2010.

⁷⁹ IMPRENSA. São Paulo: Imprensa Editorial. Ano 22, n. 242, Jan./Fev. 2009.

⁸⁰ Disponível em: <http://publicidade.abril.com.br/marcas/veja/revista/informacoes-gerais>. Acesso em 4 Jan. 2011.

Na referida entrevista de Eurípedes Alcântara, localizo um excerto que mantém estreita vinculação com as formações ideológicas que interpelam o discurso sobre meio ambiente presente nas reportagens de VEJA. Nele, a questão do ambientalismo emerge em uma proposição de tom negativo, além de estar associado ao “contrato” da revista com os leitores:

T6 Quais são as cláusulas essenciais do contrato invisível de Veja com seus leitores?

Estou há 28 anos na Veja e isso nunca foi mexido. São as bases da sociedade aberta, no sentido que [o filósofo] Karl Popper definiu. São pessoas que não querem abrir mão de sua responsabilidade individual, que querem ter liberdade de pensamento que resista às “**religiões seculares**”, aos modismos, alguns muito arraigados, como por exemplo o marxismo, uma doença. A Veja sempre olha isso com um pé atrás. Outra coisa é o **ambientalismo**, que não pode ser tomado no valor de face como é hoje. Se você chega em determinadas rodas e fala que o aquecimento global talvez não seja comprovado, é como se defendesse o nazismo. **O leitor sabe que não vamos embarcar nas ondas dos coletivismos maiores.**

A definição de ambientalismo não é objeto de consenso. Mesmo assim, no discurso de VEJA, assim como em outras publicações, o ambientalismo é marcado genericamente, definido como lugar de atraso, composto por indivíduos de posições arcaicas e, recorrentemente, associado à um aspecto religioso, de uma “fé cega” e presa a dogmas conservadores. É em relação a este lugar genérico que as demais posições no jogo em “saber dizer” o verde são marcadas pela revista, muito especialmente na diferenciação de outro lugar, o da ciência, como mostrado nas análises que seguem. É interessante lembrar que, como afirmam Barros e Sousa (2010), o ambientalismo é multifacetado, objeto de divergências e convergências de atores variados. Na ocorrência da expressão nas revistas, entretanto, ambientalismo nomeia, recorrentemente, a faceta de movimento social ou o conjunto de pessoas/personalidades, organizações ou instituições da sociedade civil, mesmo que heterogêneas, que lutam pela causa ecológica, marcadas no discurso das publicações como demasiado ideológicas ou mero reflexo de um modismo acendido pela onda catastrofista em torno das mudanças ambientais, por exemplo.

A menção à figura do leitor, no enunciado destacado, diz de um elemento que permeia o contrato de leitura de VEJA com a comunidade discursiva que ela imagina representar, uma comunidade idealizada e construída pela busca em gerar identificação ao que a revista reitera editorialmente ao enunciar o que diz fazer (espaços editoriais) e como faz (reportagens)⁸¹, no modo de estruturação e funcionamento do seu lugar perante as problemáticas que aborda e

⁸¹ Este foi o mote para pensar as marcas do discurso em todos os cinco domínios analisados.

perante o leitor, que também terá sempre seu lugar social idealizado no texto. A relação de lugares é da ordem das formações imaginárias, conforme debatido anteriormente, e quando o diretor diz “O leitor sabe que não vamos embarcar nas ondas dos coletivismos maiores”, projeta no interlocutor de VEJA a comunhão nos “valores” descritos, de alguém que espera a “liberdade de pensamento” indicada como característica da publicação.

VEJA tem na cobertura de política e economia seu principal eixo, reiterando seu trabalho de selecionar prioridades, de mostrar “o que realmente importa” e excluir o que chama de “formas erradas”. A hegemonia de mercado estimula, ainda, diferentes estudos acerca de seu discurso e suas estratégias. Para Nascimento (2002), por exemplo, uma das características principais do discurso de VEJA é pretender-se explicativo, dar aos leitores um parecer sobre as coisas do mundo. Para tanto, recorre a vozes consideradas autorizadas, onde se incluem professores, especialistas em áreas específicas, universidades, institutos de pesquisa. A estes, são aliados dados comprobatórios e estatísticos. Apesar disso, sublinha Nascimento (2002, p. 174), explicar é “próprio de quem julga deter um saber”.

De forma complementar, Prado (2005), a partir de um estudo sobre os vencedores em VEJA, propõe que é a revista quem especifica onde está a verdade para o leitor, jamais as fontes. Mesmo quando reproduzidas, afirma, VEJA resume a fala das fontes a poucas frases “encaixadas no enquadramento pré-construído da revista” (PRADO, 2003, p. 91). Está ofertado, neste modo de funcionamento, o manual para uso do leitor, argumenta. A questão também aparece em estudo de Benetti (2007, p. 42) sobre a ironia em VEJA, que demonstra o esforço da publicação “em manter uma forte imagem de legitimidade para proferir saber – frente a um suposto não saber dos leitores, da população em geral e, em certos momentos, das próprias fontes”. A ironia, em VEJA, reveste critérios de relevância sobre o que vale a pena saber, comenta a autora, como reflexo do poder de dizer aos outros, por exemplo, o que é imoral, grotesco ou simplesmente ridículo. Nesse movimento, pensar diferente de VEJA, torna as pessoas imorais, grotescas ou ridículas, conclui.



Capas edições A) 2031 (ano 40, n.42, out/07), B) 2053 (ano 41, n.12, março/08) e C) 2077 (ano 41, n. 36, set/08) de Veja



D) Perguntas: Capas das edições 2052 (ano 41, n.11, março/07) e 2059 (ano 41, n.18, maio/08) de Veja



E) Abertura da reportagem "70 questões..." da edição 2059 (ano 41, n.18, maio/08) de Veja

Meio Ambiente foi manchete de capa em nove edições de VEJA em 2007 e 2008 (Mosaico 1 - A). A primeira delas, cinco meses depois do lançamento oficial do MPS, em outubro de 2007, sob o título “Salvar a Terra – Como essa idéia triunfou”. Nela VEJA estabelece já na manchete e linha de apoio um conflito da ordem do saber enunciar caminhos em torno das problemáticas ambientais, assentando suas chamadas na dicotomia entre verdes *versus* ambientalistas radicais, e cientistas crédulos *versus* céticos.

No início de 2008, em março, VEJA publicou seu Especial Amazônia (Mosaico 1 – B), edição tradicional⁸², na qual a imagem da capa traz parte da floresta derrubada e queimada, formando um cifrão com as bordas em chamas. A selva que parece impenetrável será desbravada pelos testemunhos dos repórteres em e sua busca pela verdade acerca da Amazônia. Além destas, na edição dos 40 anos da revista, ambiente esteve entre os assuntos para os quais VEJA trouxe “sugestões aplicáveis”, fruto de um seminário organizado pela publicação com nomes destacados em cada uma das áreas para as quais desenvolveu debates. Para além da tradicional formatação na apresentação de reportagens, em dois números a revista utilizou o formato de perguntas e respostas (Mosaico 1 – D e E), que traz em si uma vontade de fechamento dos sentidos em torno dos dois assuntos, combustíveis (etanol) e aquecimento global, nos quais parece julgar que o número de questões respondidas oferece tudo que há por saber nas temáticas abordadas. Tal vontade sinaliza um gesto que permeia as edições de instalarem-se como definitivas, mesmo que no número seguinte este efeito precise ser novamente “exalado” como atrativo de resposta à atualidade, dada pelo produto ofertado.

Partindo dos textos editoriais do primeiro domínio⁸³, a imagem do lugar da revista aparece discursivizada no contexto de uma relação social de lugares com os quais interage, falas de quem media e que atributos teria sua prática. A primeira regularidade que aponta para a busca de construção de um lugar para si no tema do verde está na demarcação da “singularidade” da revista e do “seu jornalismo”, em esforço de mostrar o “valor” de sustentação do jornalismo como enunciador legítimo. Eis alguns exemplos desse recorte.

SD1 Para nossa enorme satisfação, **VEJA continua sendo a maior, a mais influente e a mais prestigiada revista brasileira.** Atribuímos isso ao **compromisso** permanente da revista com os seus mais de 5 milhões de leitores, e com o Brasil. 28VE88sd52

SD2 apresentar semanalmente não apenas **um grande leque de informações confiáveis,** mas também **o contexto e a análise que permitem colocar os fatos em perspectiva e entendê-los melhor.** 28VE88sd53

⁸² VEJA publica especiais “Amazônia” desde 1970. Lançou, em 2007, seu 14º número com capa dedicada aos problemas da floresta tropical. Disponível em: http://veja.abril.com.br/arquivo_veja/amazonia-floresta-desmatamento-preservacao-chico-mendes-serra-pelada-jari-villas-boas.shtml. Acesso em: 15 ago. 2010.

⁸³ O conjunto das 71 SDs, referentes aos cinco domínios, está reproduzido no Anexo H.

SD3 É fundamental, para isso, que a revista seja **independente, isenta, inteligente e responsável**. [...] **Que busque a objetividade**. E que esteja **comprometida – sempre – com a liberdade e a verdade**. 28VE88sd54

SD4 É preciso **reunir centenas de competentes jornalistas**, treiná-los, motivá-los, liderá-los com sensibilidade, imaginação e talento. **VEJA tem conseguido fazer isso ao longo desses anos** [...]28VE88sd55

SD5 reiterar o **compromisso permanente de VEJA com a transformação do importante em interessante, com a isenção e responsabilidade jornalística, e com a defesa intransigente dos interesses do Brasil**. 28VE88sd56

Neste conjunto de sequências, VEJA enuncia de um lugar historicamente constituído. As marcas assinaladas nas SDs são acionadas por uma fala que busca reiterar uma instituição, inscrita em um conjunto de traços que lhe garantem uma identidade estável enquanto sujeito de seu discurso, porque “inteligente” e “responsável” (SD3). Ao mesmo tempo, mobiliza uma memória em torno da identidade do discurso jornalístico, do fazer objetivo (isento) que resulta na “verdade” sobre os fatos e temas; fazer no qual a competência (SD4) precisa se sobrepôr para apagar o caráter subjetivo das escolhas dos sujeitos, apesar de todo dizer ser permeado e constituído por elas, escolhas e vontades. Compromisso é o elo que VEJA estende para projetar a relação que, de seu lugar, ela mantém com dois outros lugares, empíricos, o do leitor (SD1), ao qual é fiel; e do Brasil (SD1 e SD5), a quem defende, sendo que o país também abarca o leitor. Assim, o que diz, VEJA enuncia apoiada neste elo de comprometimento (SD4) com a liberdade (a sua?) e a verdade (qual?).

Lembrando Foucault (2006, p. 12), “a verdade está circularmente ligada a sistemas de poder, que a produzem e apoiam, e a efeitos de poder que ela induz e que a reproduzem”. A competência de VEJA pressupõe o compromisso a quem a revista é fiel e defende, estando, portanto, sancionada para operar em mostrar a verdade. Discursivamente, a verdade é entendida aqui enquanto uma direção de sentido (uma interpretação) que lugares legitimados intentam impor como natural, legítimo produto do trabalho da ideologia no processo discursivo. Ainda para Foucault (2008, p. 224), apesar de o jornalismo ter sido uma invenção fundamental do século XIX, ele foi conformado por um “caráter utópico da política do olhar”, constitutivo da sua natureza de vigilante democrático e, no caso de VEJA, com atributos históricos de competência e prestígio em quem os demais lugares podem/devem confiar.

Cabe também ver o funcionamento destas marcas em relação às identificadas nas reportagens. O Quadro 1 evidencia a correlação nos dois espaços:

QUADRO 1: Síntese Domínio 1 - VEJA

O QUE A REVISTA DIZ FAZER	COMO A REVISTA FAZ
<p>competentes jornalistas informações confiáveis o contexto e a análise confiável</p>	<p>SD6 Para colocar a questão do etanol na perspectiva correta, VEJA organizou o questionário das páginas seguintes. São setenta perguntas e respostas que cobrem todas as principais questões levantadas pela entrada do etanol no foco dos holofotes. Nessa tarefa, VEJA valeu-se de inúmeras fontes e teve o privilégio de contar com a dedicação especial de um dos maiores especialistas no assunto, Luiz Augusto Horta Nogueira, engenheiro mecânico e doutor pela Universidade Estadual de Campinas. 19VE38sd111</p>
<p>explicitar o que há de confiável e verdadeiro</p>	<p>SD7 Onde está a verdade? A reportagem de VEJA que começa aqui tenta responder a essa indagação. 20VE48sd113</p>
<p>transformação do importante em interessante contribua efetivamente competentes jornalistas</p>	<p>SD8 A questão é mesmo complexa e multifacetada, mas esperamos que o leitor saia destas 22 páginas com um conhecimento bem mais objetivo da Amazônia. A reportagem foi dividida em seis capítulos e se apóia em um conjunto de gráficos extraordinários produzidos pela equipe da editora Andreia Caires. 20VE48sd114</p>
<p>objetividade explicitar o que há de confiável e verdadeiro</p>	<p>SD9 Ainda persistem divergências acerca do tamanho do impacto sobre a vida humana. As soluções também são controversas. VEJA listou 50 perguntas e respostas que vão ao centro da questão. 23VE68sd156</p>
<p>isenção e responsabilidade jornalística informações confiáveis o contexto e a análise fatos em perspectiva entendê-los melhor</p>	<p>SD06 Para colocar a questão do etanol na perspectiva correta, VEJA organizou o questionário das páginas a seguintes. São setenta perguntas e respostas que cobrem todas as principais questões levantadas pela entrada do etanol no foco dos holofotes. Nessa tarefa, VEJA valeu-se de inúmeras fontes e teve o privilégio de contar com a dedicação especial de um dos maiores especialistas no assunto, Luiz Augusto Horta Nogueira, engenheiro mecânico e doutor pela Universidade Estadual de Campinas. 19VE38sd111</p>
<p>a maior, a mais influente e a mais prestigiada revista brasileira</p>	<p>SD10 Entre os especialistas consultados por VEJA na elaboração deste questionário destacam-se alguns integrantes do Painel Intergovernamental sobre Mudança Climática. São eles os cientistas Carlos Nobre, José Marengo, Roberto Schaeffer e Suzana Kahn Ribeiro, que colaboraram na revisão das respostas. 23VE68sd163</p> <p>SD11 A primeira reportagem de VEJA sobre o aquecimento global data de 1983. Catorze anos depois foi assinado o Protocolo de Kioto. 28VE88sd181</p>

VEJA reitera uma vontade de enquadramento da abordagem ofertada e faz ressoar no interior de suas reportagens as marcas constitutivas da sua figura no contrato com os leitores

(a imagem de quem diz). A sua constituição como agente único, de discurso homogêneo, constrói-se na correlação entre o dito sobre a prática no espaço editorial e “como faz” no espaço da reportagem “o que diz fazer”: para dizer o tema a revista convoca elementos da ordem das formações imaginárias, acionando o lugar do jornalismo, o lugar do seu jornalismo, a instituição que a sustenta e, por fim, que lugar tem o seu discurso acerca das problemáticas trabalhadas. Os atributos do enunciador VEJA funcionam no contexto de esclarecimento dos temas abordados. E o efeito de naturalização das suas posições enunciativas depende do esforço que começa no texto editorial e prossegue na ordem da reportagem, para que a heterogeneidade da prática jornalística durante o seu processo de produção resulte em imagem de uma enunciação homogeneizada no produto final⁸⁴, sob o prisma de um discurso competente e, como demonstram as SDs 9 e 10, avalizadas por um conjunto de vozes igualmente competentes na solução das controvérsias. Verdade, isenção, razão, independência e inteligência são marcas operadas por VEJA e que demonstram a vontade de ser visto como agente **confiável** para dizer o que diz.

b. Domínio 2 - SUPERINTERESSANTE

SUPERINTERESSANTE chega mensalmente às bancas desde outubro de 1987⁸⁵. Líder no segmento de divulgação científica no país, SUPER se intitula como a maior revista de assuntos científicos para o público jovem, projetando mais de três milhões de leitores. Em 2008, era a quarta revista mensal brasileira em circulação, ultrapassando a média de 355.970 exemplares⁸⁶ impressos por edição. Entre os títulos da Abril, figurava em terceiro lugar, atrás apenas de NOVA ESCOLA e CLÁUDIA.

Por estar inscrita no espaço da divulgação científica, SUPER sustenta uma imagem social positiva de preocupação com o ecológico, em um permanente jogo entre o discurso da ciência e o discurso do cotidiano, de forma a incluir o leitor em seu dizer. Na esteira da preocupação com o verde é que SUPER disse da mudança da cor do seu logotipo, além da sua tradicional moldura vermelha, para o verde, quando foi a primeira revista mensal do país a publicar uma Edição Verde anual, lançada sempre ao final do ano – a primeira em 2007. SUPER demarca, em seus editoriais, uma posição de agente dos grandes temas, o que se reflete também no *slogan* que estampa logo abaixo do logotipo, na capa: “Essencial!”, mais

⁸⁴ A questão nos remete ao trabalho do editor em VEJA, e sua busca por uma voz homogênea, como debate Furtado (2000).

⁸⁵ Disponível em: <http://super.abril.com.br>. Acesso em 29 jul. 2010.

⁸⁶ Dados do Instituto Verificador de Circulação. Ver Anexo C.

recentemente substituído por “Enxergue Super!”. Nos dois anos da amostra, os conteúdos apareciam divididos nas edições em cinco seções fixas: Superpapo; Supernovas; Superrespostas; Superfetiche e Supermanual. Aos leitores e futuros assinantes a publicação vem definida como

T7 Surpreendente, dinâmica, bem-humorada, **SUPERINTERESSANTE** aborda grande diversidade de assuntos como comportamento, saúde, tecnologia, futuro, história, aventura, ciência. Tudo de um modo simples, claro, ilustrado e divertido! Uma revista para **ler, pesquisar e guardar!**⁸⁷

O “amor por revistas” é algo que perpassa as marcas assinaladas e é reiterado, por exemplo, no diálogo de um dos editores com os leitores, em sua despedida da revista. Juntos, os excertos dão a ver uma cena que acolhe leitores e SUPER, nos atributos de prazer proporcionado pela informação e pelo produto em si:

SD12 Vou resgatar um dos grandes **prazeres da minha juventude: esperar todo mês a revista** da moldura vermelha, sem saber o que tem lá dentro. 8SU37sd14

SD13 Tenho razões para acreditar que essa espera mensal vai valer a pena: **a revista dá sinais de que está entrando num período muito legal**. Em todo esse tempo aqui, nunca vi uma **equipe tão afinada, tão empolgada, tão desprovida de arrogância e cheia de potencial**. 8SU37sd15

SUPERINTERESSANTE faz parte do Núcleo Jovem, braço da Abril que coordena conteúdos do segmento de publicações para jovens adultos e adolescentes⁸⁸. Seu viés de mercado é fator de peso na definição de conteúdos para além do material jornalístico, em especial pela publicação de espaços pagos, dentro do que Dahlgren (*apud* ESTEVES, 2005) classifica como “infomercial” ou “infotainment”, constitutivos de um tipo especial de discurso no qual as linhas de distinção de gêneros díspares como notícia, entretenimento e publicidade tendem a uma diluição. Depois do surgimento do MPS, uma série de conteúdos foram produzidos por SUPER em sintonia com temáticas trabalhadas nas reportagens, a maioria em temas controversos. O Núcleo Jovem apresenta tais espaços como “projetos customizados”, produzidos por “quem sabe falar com o jovem” e tem “habilidade para produção de conteúdo e adequação de linguagem a qualquer público”. Além disso, diz da especialidade do Núcleo como sendo de um jornalismo com “capacidade para seduzir o leitor com uma história muito atraente, com a marca do anunciante”. Patrocinados – a informação aparece destacada –, os espaços figuram nas páginas de SUPER formatados na linguagem da revista⁸⁹.

⁸⁷ Disponível em: <http://www.assineabril.com.br>. Acesso em: 29 jul. 2010.

⁸⁸ Disponível em: <http://www.njovem.com.br>. Acesso em: 29 jul. 2010.

⁸⁹ Por perpassarem diferentes títulos, dentro da arquitetura da Abril, estes materiais solicitariam um olhar específico, exigindo abordagens outras de forma a dar conta da sua complexidade.

Entre 2007 e 2008 SUPERINTERESSANTE publicou oito capas sobre meio ambiente, duas delas nas Edições Verdes. Nelas, em especial, os textos editoriais invocaram imagens institucionais, da iniciativa Planeta Sustentável e da identidade imaginada para a revista perante os leitores. Torna-se significativo, na interlocução proposta pela revista, o estabelecimento de uma edição extra que passaria a chegar ao público todos os anos, celebrada em sua qualidade de espaço histórico e fruto de um amplo exercício jornalístico e de atenção ao verde.

A prática discursiva jornalística é delimitada por rituais enunciativos específicos e determinada por sua inscrição ideológica cuja evidência a narrativa busca apagar. A objetividade e credibilidade, convocada para funcionar na discursivização de si das revistas, é índice do pretense equilíbrio que adjetiva o imaginário acerca do jornalismo. O lugar social, do qual depende o lugar discursivo buscado aqui, está inscrito simbolicamente nestas condições de produção. Nas revistas segmentadas, esta questão ainda deve ser pensada na soma de outros elementos. Neste segundo domínio, a revista SUPERINTERESSANTE, o lugar do jornalismo é o da divulgação científica, no qual a ciência enquanto prática social e ideológica é forte referencial. “Separar a verdade do mito, o importante do irrelevante, o novo do velho” é o que diz SUPER em texto institucional⁹⁰, acionando uma aderência a uma identidade própria da ciência – do esclarecimento e da verdade –, definidora da sua ação perante a comunidade discursiva que busca alimentar. Estas expressões marcam os dizeres jornalísticos, traçando paralelos entre a imagem projetada no discurso publicitário, em outros espaços, e no modo como, em suas próprias páginas, a revista diz do seu jornalismo.

Como propõe Grigoletto (2005), é necessário pensar o movimento dos diferentes sujeitos desse discurso – o jornalista, o cientista e o leitor – via interpelação tanto pelo poder/verdade da ciência quanto pelo poder/verdade do jornalismo. Para falar sobre meio ambiente, SUPER convoca imagens da competência jornalística aliadas a determinadas marcas que remetem ao universo científico:

SD14 Para fazer **revista boa** é obrigatório ficar de olho nas melhores publicações que existem. **Nós aqui na SUPER** assinamos várias revistas do mundo todo e, como **adoramos revistas**, passamos horas admirando a **qualidade do texto, a precisão da reportagem, o brilho das análises, a força do design**. E **aprendemos** com tudo isso. 4SU17sd4

SD15 Fazer revista boa tem dessas coisas também. **Existe inquietude constante** para não satisfazer com **nada menos do que a perfeição**. 4SU17sd6

⁹⁰ Disponível em: <http://publicidade.abril.com.br/marcas/superinteressante/revista/informacoes-gerais>. Acesso em 27 nov. 2010.

SD16 O Dewa passou uns **20 dias trabalhando duro** na imagem, e **o resultado foi primoroso**. 4SU17sd5

SD17 É por isso que na SUPER **não nos metemos com futurologia** ao falar de tecnologia. O que nós fazemos é **antecipar tendências**. **Queremos ser os primeiros a escrever** sobre o que está acontecendo. E não sobre o que vai acontecer – porque previsões quase nunca se realizam. 15SU57sd30

SD18 A SUPER, aliás, nasceu naquele mesmo 1987. Não à toa, **é a primeira grande revista do Brasil a levar a sério temas ambientais**. Nos últimos 20 anos a SUPER **inaugurou** no país boa parte das discussões sobre a devastação do planeta. Nada mais natural que sejamos **os primeiros a mostrar** que **está na hora de olhar a energia nuclear com outros olhos**. 5SU27sd11

SD19 Apresentar **diferentes pontos de vista**, mostrar os fatos, produzir edições como esta SUPER verde, dedicada à sustentabilidade. E assim **permitir a você, leitor, formar sua opinião, decidir como agir**. Era uma aposta no **efeito multiplicador das boas ideias**. 35SU88sd66

SUPERINTERESSANTE identifica no dizer do produto revista a precisão (SD14) de reportagem que caracteriza outras publicações e que, nela, é fruto de um trabalho árduo (SD16) e confiável. Na SD18, a tradição da revista é convocada para atuar, como efeito, diante de uma vontade de consenso perante uma temática polêmica. Nesta SD, os 20 anos de abordagem “séria” de temas ambientais funcionam em conexão com “energia nuclear”, assunto controverso que os olhos antecipatórios da revista sugerem ter de ser visto por uma ótica positiva, considerando que os tempos hoje são outros. E na SD19, o leitor aparece como dotado de liberdade e capacidade de construir seu modo de agir, avalizado pela pluralidade dos conteúdos da revista, remetendo ao contrato de confiança “partilhado” por meio e público.

A seguir, no Quadro 2, apresento as correspondências construídas entre as marcas dos dizeres editoriais de SUPERINTERESSANTE e algumas das marcas nos enunciados extraídos dos espaços de reportagem:

QUADRO 2: Síntese Domínio 2 - SUPERINTERESSANTE

O QUE A REVISTA DIZ FAZER	COMO A REVISTA FAZ
revista boa os primeiros a mostrar	SD20 Calder é um dos principais personagens do documentário <i>The Great Global Warning Swindle</i> (“A grande farsa do Aquecimento Global”, inédito no Brasil, mas que você vê no site da SUPER). 4SU17sd209
inquietação constante	SD21 E para que possamos chegar a soluções sensatas [...] é preciso questionar as “verdades” impostas. 4SU17sd211
precisão da reportagem os primeiros a escrever sobre o que está acontecendo não nos metemos com futurologia	SD22 Os ambientalistas erraram – e o Sr. Burns, dono da usina nuclear de Springfield, de Os Simpsons, é um herói. Em vez de energia solar, eólica ou hidroelétrica, a força que vai nos salvar do aquecimento global, quem diria , é a energia nuclear. 5SU27sd212

<p>a primeira grande revista do Brasil a levar a sério temas ambientais</p> <p>inaugurou no país boa parte das discussões sobre a devastação do planeta</p> <p>antecipar tendências</p>	<p>SD23 O que leva pesquisadores sérios a defender um antigo vilão da ecologia é que, nos últimos anos, essa tecnologia se mostrou muito mais segura e pacífica do que a opinião pública imagina. 5SU27sd224</p> <p>SD24 A ciência já sabe de onde viemos. E quem leu a SUPER de novembro também. Mas e agora? Onde o Universo vai parar? Quem viver não verá. O breu vai ser total. 15SU57sd250</p> <p>SD25 Se o mundo está entrando em colapso, como afirmam vários cientistas mais alarmistas, então por que você não faz a sua parte? E será que, mesmo se não mudarmos os hábitos dramaticamente, o planeta tem salvação? Sim, até tem. É o que você vai descobrir a partir de agora. 16SU67sd257</p> <p>SD26 Por outro lado, tem muito ambientalista por aí reavendo seus conceitos. É o caso de Carl Pope, diretor executivo do Sierra Club, a mais antiga organização ambientalista do mundo, fundada em 1892, nos EUA, e que hoje conta com 600 mil membros ativos. “A tarefa do ambientalismo no século 21 é totalmente diferente da que definiu o próprio movimento no século 20. Por 100 anos, aqueles que se chamavam primeiro de conservacionistas e depois ambientalistas, definiram sua tarefa como sendo de limitar e depois limpar a ordem industrial existente. Para os próximos 100 anos, nossa tarefa é dar forma, desenhar e acelerar a chegada de uma nova e sustentável ordem econômica”. Que assim seja. 16SU67sd269</p>
---	--

Uma vez que o lugar de SUPERINTERESSANTE é estabelecido na relação com o discurso da ciência, isso será determinante na imagem do leitor e de outros lugares que a revista autoriza a poderem dizer o tema meio ambiente. O discurso do cotidiano será o contraponto para demarcar o grau de especialização encontrado em SUPER, estabelecendo a precisão do dizer proposto em suas páginas em comparação com um saber não legitimado, como, por exemplo, representado pela generalização “ambientalistas” que, no discurso da revista, aparece em uma zona de sombra (eles erraram – SD22), em situação oposta ao lugar da luz (os cientistas “sérios” – SD 23 –, assim como os sujeitos de SUPER), materializado pela ciência, pelos que “mudaram de opinião” (SD26). Um conjunto específico de marcadores do lugar de SUPER se delineia na dispersão do seu dizer: precisão, inquietude, busca, capacidade de antecipar, perfeição – adjetivos de um fazer apto a dar respostas, advindo de um lugar da **descoberta**, do desvelar o obscuro mundo e descartar opiniões não avalizadas.

c. Domínio 3 - EXAME

EXAME é apresentada como “a revista de negócios mais lida e respeitada por quem toma decisão no país”⁹¹, instalando a promessa de selecionar e organizar todas as informações que o leitor “precisa saber para se atualizar e acompanhar o mercado”, o que já delimita uma comunidade pretendida de interlocutores, nomeadamente ligados aos setores financeiros, empresariais e governamentais. Sua tiragem média é de 208.600 exemplares por edição⁹², mais da metade dela dedicada aos assinantes. EXAME surgiu como caderno especial de economia, finanças e administração, em 1968, tornando-se publicação autônoma em 1971, época em que era denominada “a revista do executivo”. Atualmente, conforme informação institucional, EXAME é lida por 91% dos executivos das 500 maiores empresas do Brasil⁹³.

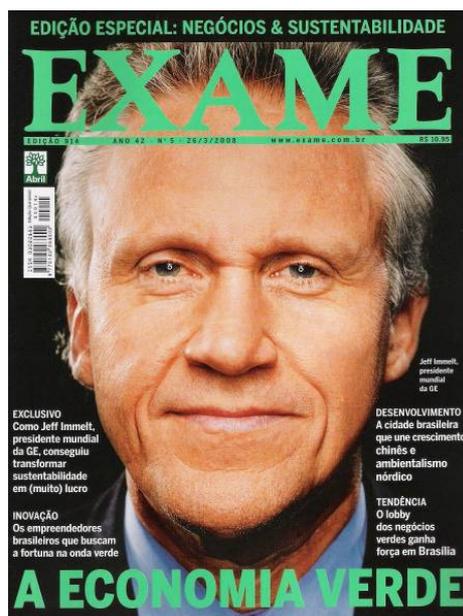
Além de publicar edições verdes, com reportagens ampliadas sobre ambiente (Ilustração 14 – Mosaico 3 – A, a seguir) e reportagens especiais dedicadas ao tema (Mosaico 3 – B), EXAME criou, em 2007, uma editoria fixa para Sustentabilidade em sua edição impressa. Merecem ênfase, ainda, os Guias EXAME de Sustentabilidade (Mosaico 3 – C e D), publicados anualmente pela revista. Neles, fala um importante capital simbólico da força metodológica e avaliativa da publicação, capaz de propor um ranqueamento das empresas mais verdes do país, baseado em pesquisa própria, porém levada a cabo pela parceria da revista com outras instituições detentoras de capital simbólico perante seu público leitor e que avalizam a proposta dos Guias.

EXAME destaca nos Guias as empresas brasileiras que apresentam atitudes diferenciadas de responsabilidade corporativa, selecionadas com base em uma metodologia desenvolvida em parceria com o Centro de Estudos em Sustentabilidade da Fundação Getúlio Vargas (GVces) e com a Bolsa de Valores de São Paulo. A pesquisa engloba estratégias, compromissos e práticas nas dimensões ambiental, econômico-financeira e social. Nas capas dos Guias, assim como nas demais edições aqui analisadas, são recorrentes as figuras de sucesso como elemento de destaque, empresários de setores que têm incorporado variáveis ecológicas em seus processos, cuja experiência é trabalhada nas reportagens como exemplo a ser seguido, autorizadas a dizerem, junto com o EXAME, acerca do valor do verde não apenas como ideal.

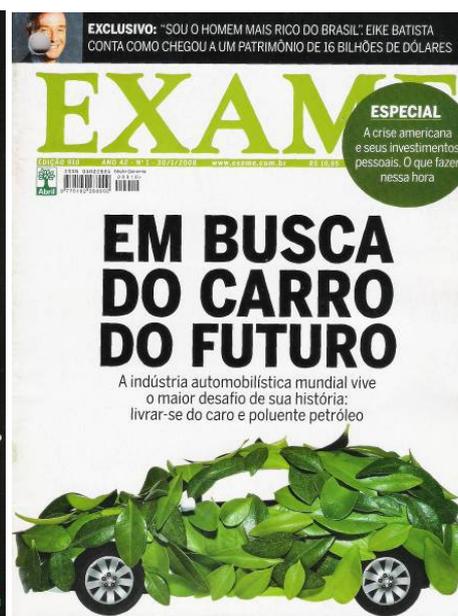
⁹¹ Disponível em: <http://exame.abril.com.br/>. Acesso em 17 out. 2010.

⁹² Segundo dados do Instituto Verificador de Circulação. Ver Anexo C.

⁹³ Disponível em: <http://publicidade.abril.com.br/marcas/exame/revista/informacoes-gerais>. Acesso em 18 agosto 2010.



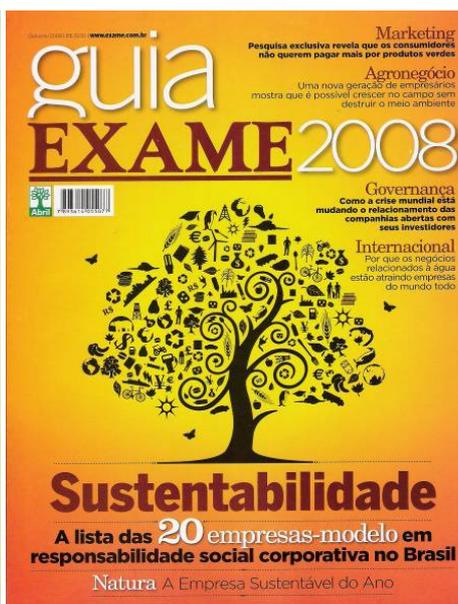
A) Edição 914 , ano 42 – mar. 2008



B) Edição 910, ano 42 – jan. 2008



C) Guia Exame – dez. 2007



D) Guia Exame – out. 2008

Ilustração 14: Mosaico 3 – O verde em EXAME

Na mediação que propõe EXAME, o lugar da revista está equiparado à autoridade do Campo ao qual potencialmente se dirige, o Campo Econômico/Empresarial. O lugar do jornalismo de EXAME é delineado por propósitos de orientação dos atores empresariais, seus leitores. A imagem jornalística passa a ser pontuada por referentes de um discurso de eficácia, de aferição e legitimidade em nomear práticas corretas ou não em relação à sustentabilidade.

A leitura de EXAME permite contato com um viés particular de funcionamento de mundo, especialmente o universo dos negócios, palco para uma elite empresarial brasileira e seu poder de editar políticas, tecnologias, práticas, ao impulsionar o “desenvolvimento do país”. Ao mesmo tempo, a tradição editorial declara vínculos e compromissos com a ideologia empresarial e a mentalidade e cultura organizacional. Do ponto de vista jornalístico, é necessário pontuar que a publicação dos Guias de Sustentabilidade ultrapassa a dimensão da reportagem e imprime uma dinâmica de poder avaliativo e instituição de notoriedade por parte da revista, pela autorização de figurar nas páginas de EXAME.

Em seu discurso, a revista materializa uma intenção em relação ao seu interlocutor, assentada na preocupação em evocar os compromissos que EXAME tem com a veracidade e a relevância dos conteúdos publicados. O discurso autoelogioso reforça traços da historicidade e identidade do título: pioneirismo, mentalidade empreendedora e compromisso com um ideário desenvolvimentista e de modernização do país. Recordando Pêcheux (1993), “lugar” diz respeito à identidade dos parceiros do discurso e pode referir-se ao status sócio-econômico do locutor ou referir-se às formações imaginárias, às imagens que os interlocutores fazem de seu próprio lugar e do lugar do outro e é assim que os dizeres editoriais de EXAME promovem o leitor a uma posição privilegiada, de público especial⁹⁴, a quem a revista apresenta resultados condizentes com o grau de exigência desse público (SD27, SD28):

SD27 E foi dessa vontade da redação de fazer algo completamente novo que o guia nasceu. E foi da certeza de que a **atitude responsável das empresas** não era, como os céticos afirmavam, mero modismo que ele **cresceu e se consolidou**, nestes últimos oito anos, como **a mais importante publicação sobre o assunto no país**. 14EX37sd20

SD28 Empresas sempre serão empresas. Nasceram para dar lucro e assim assegurar seu futuro. Mas hoje está claro que esse lucro não será alcançado no longo prazo se seus impactos na sociedade e no meio ambiente não forem administrados. Mostrar isso – **com informações, análises, conceitos e exemplos** – é o objetivo deste guia e ele é cumprido de maneira especial nesta edição de 2007. Trata-se de um trabalho jornalístico primoroso 14EX37sd22

Além disso, a revista é desenhada como portadora de um dizer homogêneo e marcadamente identificado com uma imagem ideal de jornalismo. Assim como neste recorte anterior, as sequências a seguir indicam uma preocupação com a imagem que o leitor faz sobre a confiabilidade do trabalho de EXAME. O jornalismo é dito, então, como uma

⁹⁴ Em seu estudo sobre o ethos de Exame, Ramos (2006) argumenta que o enunciador da revista, sujeito sempre pressuposto ao enunciado, produz o texto para o enunciatário (coenunciador) e este, por sua vez, como imagem reflexiva daquele, torna-se igualmente construtor do discurso. Para ela, criam o sentido numa relação de interdependência e de complementaridade com a totalidade integral e legitimam o discurso da revista Exame. Por meio da constatação de certa homogeneidade discursiva, fundada na heterogeneidade constitutiva, emerge o sujeito, como efeito de identidade.

atividade laboriosa e inventiva, de exercício da crítica embasada, podendo ser tomado como guia:

SD29 Tirar uma ideia da cabeça e colocá-la no papel com a missão de fazê-la prosperar é um dos maiores desafios que um editor pode ter. E com a ideia do guia nas mãos, **saimos em busca de modelos internacionais** que pudessem nos **indicar caminhos**. Logo descobrimos que esses modelos não existiam e que **precisaríamos começar tudo do zero** – da metodologia, durante anos baseada nos indicadores do Instituto Ethos, ao modelo de inscrição; do conteúdo das reportagens aos critérios de premiação. 14EX37sd19

SD30 Os **enormes obstáculos e as oportunidades** que a onda verde representa para os negócios no Brasil e no mundo ficam evidentes nesta primeira edição especial de 2008. **Em mais de 30 páginas**, as jornalistas, coordenadas pela editora executiva Crsítiane Correa, traçam **um panorama realista, analítico e, por vezes, crítico**, dessa que é uma das maiores tendências dos negócios. A editora Crsítiane Mano entrevistou com exclusividade Jeff Immelt, presidente mundial da GE, e **líder de um dos mais arrojados processos** de criação de tecnologias verdes do planeta. Ele resume sua filosofia em três palavras: *Green is green* – uma referência à cor do dólar. 18EX58sd36

SD31 Depois de Lucas do Rio Verde, Angela voltou a Brasília para destrinchar o lobby verde que atua no Congresso. **A repórter Ana Luiza Herzog garimpou** exemplos de empreendedores brasileiros que buscam a fortuna em produtos inovadores e sustentáveis. 18EX58sd37

SD32 Nos últimos dois meses, **EXAME visitou oito cidades de dois estados, Amazonas e Pará, e ouviu dezenas de cientistas e especialistas ligados a instituições líderes** em pesquisas sobre climatologia, economia ecológica, engenharia florestal, agronomia, geologia e biotecnologia **em busca de respostas para a Amazônia**. 25EX68sd45

No Quadro 3, sintetizo a correspondência que o gesto de análise mostrou entre as marcas editoriais do lugar de EXAME e o funcionamento desta imagem no interior das reportagens, conforme exemplificado pelo conjunto de SDs reproduzidas a seguir:

QUADRO 3: Síntese Domínio 3 - EXAME

O QUE A REVISTA DIZ FAZER	COMO A REVISTA FAZ
em busca de modelos internacionais indicar caminhos	SD33 A transição de uma abordagem teórica para outra baseada em métricas e mudanças práticas é um fenômeno que pode ser observado em todo o mundo. 14EX37sd287
fazer algo completamente novo	SD34 Um grupo cada vez maior de companhias em todo o mundo vem se empenhando para dar choque de ecoeficiência à sua gestão. 14EX37sd289
acompanhar a tremenda evolução	SD35 Em tempos de sustentabilidade, conceber novas maneiras de cuidar do meio ambiente virou obsessão de praticamente todas as grandes companhias do mundo. 17EX48sd340
cresceu e se consolidou a mais importante publicação sobre o assunto no país ajude a iluminar	SD36 A complexidade e o dinamismo do tema exigem que o <i>Guia EXAME de Sustentabilidade</i> também acompanhe esses movimentos. Neste ano, a publicação se propôs a realizar uma das tarefas mais desafiadoras de sua história . Na nona edição, o <i>Guia</i>

<p>com informações, análises, conceitos e exemplos aferição jornalística</p>	<p><i>EXAME de Sustentabilidade</i> destaca, pela primeira vez, uma de suas 20 empresas-modelo como a Empresa Sustentável do Ano. 31EX78sd423</p>
<p>trabalho jornalístico primoroso deixar evidente um caminho guia, com seus exemplos</p>	<p>SD37 O destaque – que se reflete numa reportagem longa e aprofundada nesta edição – permite descrever em mais detalhes essa trajetória. 31EX78sd424</p>
<p>panorama realista, analítico e, por vezes, crítico aferição jornalística</p>	<p>SD38 O que elas formam é o melhor retrato das grandes companhias brasileiras que estão conseguindo adaptar seus negócios aos novos tempos. 31EX78sd425</p>
<p>ouviu dezenas de cientistas e especialistas ligados a instituições líderes em busca de respostas</p>	<p>SD39 Para a escolha das 20 empresas-modelo, o <i>Guia EXAME de Sustentabilidade</i> segue pelo segundo ano consecutivo a metodologia elaborada pelo Centro de Estudos em Sustentabilidade (Gvces) da Fundação Getúlio Vargas de São Paulo, responsável também pelo Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE) da Bovespa... 31EX78sd426</p>
	<p>SD40 Num momento em que se discute exaustivamente o aquecimento global, conceber novas maneiras de cuidar do meio ambiente virou obsessão de grandes companhias mundo afora. A pesquisa realizada para o <i>Guia EXAME de Sustentabilidade 2008</i> mostra que as empresas brasileiras não fogem a essa tendência. 31EX78sd427</p>

Ao assumir em suas páginas as temáticas ecológicas, EXAME quer ultrapassar uma visão “corriqueira” do jornalismo para atuar como espaço de categorização, por saber dizer de dimensões que transcendem o interesse somente jornalístico e mesclam-se com o universo corporativo, em simbiose. A revista, como produto, resulta de um cruzamento de critérios que ultrapassam referentes originais porque a aferição jornalística citada não é apenas a da checagem, da apuração para a construção da reportagem. EXAME hierarquiza as práticas das empresas, estuda e cria critérios classificatórios para a sustentabilidade. O prêmio possibilitado aos que demonstram boas práticas é figurar em espaço privilegiado na capa e interior do Guia publicado. Nas marcas destacadas nas SDs, percebo um atrelamento a fatores da gramática empresarial neoliberal, a meritocracia, a eficiência e a eficácia, o olhar criterioso, assim como a justeza, a objetividade e a comunicação de resultados, reveladores de uma inscrição em uma imagem de olhar metódico, por vezes “científico” até.

A ação jornalística é impulsionada por referentes de alto valor como o rigor metodológico do jornalismo e da pesquisa, acionados por EXAME, mas no qual fala um esforço de simulação de polifonia de vozes. A leitura das reportagens mostra que ele mascara um discurso monofônico, um discurso de modernização, valorizador da competência, da excelência, do pioneirismo nas tendências e que instala o discurso da sustentabilidade por

uma evidente necessidade de crescimento econômico para superação dos problemas, porém localizando soluções em sua dimensão técnica, mensurável, na esfera privada do capital. O quadro acerca do lugar do dizer de EXAME é delineado por marcas como inovação, modelos, capacidade de indicar, guiar e iluminar questões, confirmando a busca por uma identidade como agente de **análise**, lugar a partir do qual operará a discursivização do ecológico.

d. Domínio 4 - NATIONAL GEOGRAPHIC BRASIL

A investigação jornalística e a aura da reportagem desbravadora de lugares e fronteiras permeia a ação de NATIONAL GEOGRAPHIC. Criada há 120 anos, nos Estados Unidos, surgiu para “ampliar e difundir conhecimento” sobre os mais diferentes aspectos da vida na Terra⁹⁵. A edição brasileira começou a circular no ano 2000, e tem tiragem mensal atual na casa dos 68.000 exemplares. Desde 2006, em sintonia com o “espírito da atualidade”, NATIONAL adota a seguinte missão: “Inspirar o mundo sobre todas as maravilhas da natureza, explorando o princípio das ações humanas e nossa contínua jornada, celebrando diferentes culturas, o passado e o presente, para inspirar as pessoas a cuidar do planeta”⁹⁶.

Em NATIONAL GEOGRAPHIC BRASIL, a dimensão da reportagem é tomada pelo relato do jornalista observador, explorador. A partilha da experiência da verificação *in loco* são traços característicos do formato da revista, seguindo o padrão internacional da publicação. Nos dois primeiros anos do Movimento Planeta Sustentável, a presença do tema em NATIONAL teve o acréscimo de páginas institucionais do MPS, comuns a todas as demais publicações, porém sem edições especiais (verdes). Mesmo assim, o tema passou a receber a etiqueta de “Especial” nas edições em que foi trabalhado (Mosaico 4). Em NATIONAL, parte dos conteúdos da edição são comuns ao conjunto de edições nacionais espalhadas pelo mundo, material produzido pela matriz nos EUA. Nos números incluídos na amostra da pesquisa, os temas de capa recebem, além do texto e fotos originais da matriz, páginas específicas focalizando o mesmo assunto no Brasil, como na edição que tratou sobre “Combustíveis do futuro” (Mosaico 4, B).

⁹⁵ Disponível em: <http://publicidade.abril.com.br>. Acesso em 20 ago. 2010.

⁹⁶ Disponível em: <http://publicidade.abril.com.br>. Acesso em 20 ago. 2010.



A) Edição 82, ano 7 – jan. 2007

B) Edição 91, ano 7 – out. 2007

Ilustração 15: Mosaico 4 – O verde em NATIONAL

A peculiaridade que começa a aparecer neste domínio e segue no próximo (VIDA SIMPLES) é um posicionamento mais próximo do editor da publicação e uma inscrição em um discurso do cotidiano, além de uma experiência pessoal partilhada acerca do tema da principal reportagem da edição em circulação. Em NATIONAL, este é um traço da linha editorial padrão, responsável pelo caráter mundial da publicação. Na primeira SD (41), estão as marcas da imagem pretendida pela revista, seguidas pelas marcas do discurso de um sujeito editor em conversa com seus leitores, nas quais as temáticas da revista misturam-se ao dizer do cotidiano.

SD41 A preservação das florestas que restam no mundo requer **diálogo equilibrado e ação conscienciosa**. Em nenhuma outra parte isso é tão importante quanto na Amazônia brasileira. **Espero que a reportagem de capa contribua para esse debate.** 1NG17sd3

SD42 Sempre fico curioso para saber como ele reconciliava seu **amor pela floresta** com o fato de ter derrubado parte dela. Ele certamente deve ter refletido sobre essa questão. É possível até que hoje se tornasse um conservacionista – e **lutasse pelas árvores que amava.** 1NG17sd2

SD43 **A entrada de minha família** no mundo dos biocombustíveis começou quando minha mulher, Elizabeth, e duas de suas amigas, Rose e Ellen, decidiram comprar carros pequenos movidos a diesel. 11NG37sd16

SD44 Agora os combustíveis alternativos **são tema de conversa em nossa mesa.** 11NG37sd17

	<p>preservadas. Por quanto tempo? Lembrando-me do caldo espesso em que se transformaram os córregos já circundados por terras de cultivo mais ao sul, estimei que seria questão de meses – não mais que um ano – para que essas sombras profundas e misteriosas fossem expostas à causticante luz do Sol e para que a água fresca já não mais pudesse ser bebida. 1NG17sd502</p> <p>SD51 Depois de sacolejar por profundas trilhas escavadas por pneus, de repente saímos em uma estrada mais larga e recentemente nivelada. “Isso não foi feito por gente pobre”, diz José Rosa. “São os grileiros. E eles têm muito dinheiro. Se me encontrarem por aqui sozinho, acabam comigo.” 1NG17sd503</p> <p>SD52 Em seguida, cobre o rosto com as mãos e começa a chorar. “Era tão bonito por aqui. Você tinha que ver.” 1NG17sd528 [Everaldo agricultor, Belterra, Pará]</p> <p>SD53 “A terra cuida de nós enquanto cuidamos dela”, diz. 3NG27sd552</p>
--	---

As SDs 50 e 51 são ilustrativas da proximidade que os sujeitos de NATIONAL buscam com o leitor, dando a ver a processualidade da busca pelos temas no trabalho de reportagem. NATIONAL traz uma peculiaridade em relação aos demais domínios que é o espaço ampliado das reportagens que estampa, pelo investimento em fotos e narrativas mais estendidas, permitindo diferentes elaborações e fazendo questão da demarcação da figura do repórter como testemunha. Em VEJA e EXAME este traço também aparece quando a Amazônia é a pauta, buscando sublinhar a presença do jornalista como atestadora do dizer ofertado. A leitura das marcas acerca do lugar de NATIONAL correspondem, na reflexão aqui desenvolvida, a um lugar de **observação**, no qual falam uma vontade de equilíbrio, de ação conscienciosa e no intuito de dar contribuição ao debate, estabelecendo um quadro de ação jornalística cuidadosa.

e. Domínio 5 - Vida Simples

VIDA SIMPLES surgiu em 2002 como edição especial da revista Superinteressante. Desde setembro de 2003, circula mensalmente como publicação autônoma, com perfil editorial e equipe de redação própria. Sua tiragem média circula em torno de 87.000 exemplares, sendo 21.200 edições voltadas para assinantes, e tem uma estimativa de 129.000

leitores a cada mês⁹⁷. O público-alvo da revista é bem estabelecido: urbano, classe média alta, com elevado nível cultural – a maioria com Ensino Superior completo. Segundo o editor da revista, Leandro Sarmatz, em entrevista concedida a Tavares (2009), VIDA SIMPLES passou por três momentos desde que foi lançada. Na sua criação, era mais “alternativa”, tanto que, conforme o relato, publicitários da Abril não sabiam para quem poderiam oferecer as páginas para anúncios.

Num segundo momento, a publicação passou a adotar temáticas de bem estar e qualidade de vida que não faziam parte do discurso vigente e, tratando-as como novidade, construiu sua distinção perante outras publicações ou cadernos de jornais, estes com um recorte mais direcionado para saúde. Sarmatz (in REGINATO e AMARAL, 2010, p. 3) afirma, contudo, que a opção acabou se tornando um pouco viciosa, até ser iniciada uma nova fase, que permanece até hoje, dos grandes (e eternos) temas (amor, culpa, felicidade, tempo, dinheiro). Para o editor

Tinha gente saturada de ouvir falar sobre bem-estar, esse discurso de que é bom trabalhar mas é bom ficar com os amigos, comer bem é comer direito, com calma e delicadeza. A gente percebeu que falar de coisas não associadas à saúde e ao bem-estar propriamente dito, mas que fazem parte de todo um *corpus* de bem-estar, poderia dar “pano pra manga” [...]. Então a gente não bateu o pé mais naquele radicalismo macrobiótico, orgânico, yoga, meditação, esse tipo de coisa.

O terceiro momento de VIDA SIMPLES é adjetivado por Sarmatz como “Em busca da gentileza perdida” (REGINATO e AMARAL, 2010, p.3). Segundo ele, o leitor da revista é urbano e, portanto, vive com a exigência e a urgência impostas pelo ritmo acelerado de vida nas cidades. Esse leitor muitas vezes sonha com um mundo pastoral e, para a revista, é importante ponderar que “é muito bom viver no campo, mas se a nossa vida é na cidade, então vamos tornar a vida aqui uma coisa um pouquinho mais potável, que nos permita viver experiências mais genuínas, mais bacanas” (REGINATO e AMARAL, 2010, p.3). Com base nesse propósito, VIDA SIMPLES operou mudanças, a começar pelo seu slogan, “Para quem quer viver mais e melhor”. As temáticas também sofreram alterações, conforme sinalizam as autoras: práticas de como adotar a coleta seletiva no condomínio ou juntar pessoas para alguma atitude local, de caráter sócio-ambiental passaram a ser recorrentes, na ótica de promover uma transformação de parte dos comportamentos sociais.

⁹⁷ Disponível em: <http://vidasimples.abril.com.br>. Acesso em: 11 dez. 2010.



PERSONAGENS

Renata Falzoni, 55, e Arturo Alcorta, 53

CHADORES DOS PRINCIPAIS MOVIMENTOS CICLISTAS DO BRASIL, COMO OS NIGHT BIKERS, SINGO DO BIKERS

Laços de família

de transporte seguro. Fu, quer discutir a qualidade das bicicletas, pneus, e acessórios, temo de, que, investiram, tem de sua família de automobilistas e seu pai foi quem trouxe os primeiros bicicletas para o Brasil. Enquanto Renata ataca pelo lado. "Com o Night Bikers, em seguida, começamos a sempre de bike conosco. Assim, quem sabe eles passariam a respeito as bicicletas", diz. "Se você não pode deixar o carro em casa, então você pode comprar a bicicleta quando estiver na direção", diz. Em janeiro de 1996, Renata liderou a comissão de ciclismo da Campanha Bicicleta Brasil. Pouco e um Dia, e pedais de Parati em Brasília para retribuir ao então presidente Fernando Henrique Cardoso o comprometimento do novo Colégio de Brasília.

Bicicleteiros.com

Eles não são líderes. Não organizam movimentos, não são aqueles discursos, não chegam absolutamente nada. Quem não é, afinal? "Chamamos Thiago Benicchio e André Pasqualini. Dava pouca atenção na promoção de algo que acreditamos que vai transformar sua cidade para melhorar a bicicleta. Participação e não difusão de organização", define Thiago ao falar de seu envolvimento no ciclismo. "Palavras, ah, que ele detesta, assim como qualquer outro título. O primeiro, de origem norte-americana, propõe que os participantes sejam não sobre suas bicicletas para chamar a atenção — principalmente — das autoridades. O objetivo é levá-los sobre e quando os ciclistas estão desprotegidos no trânsito diante dos automóveis. Havia dez anos de ciclismo completo em sua avenida Paulista, mas apenas André foi detido. "A polícia pensou que eu fosse o líder, mas não estava enganada. O movimento era horizontal", diz ele.

Thiago Benicchio, 29, e André Pasqualini, 34

USAM A INTERNET COMO PRINCIPAL PLATAFORMA DE DIVULGAÇÃO DA BIKE PARTICIPATIVAMENTE DA BICICLETADA. VERSÃO BRASILEIRA DO CRITICAL MASS AMERICANO

Equipamentos

Com que magrela eu vou?

Se você decidir entrar para a turma dos ciclistas e comprar uma bicicleta, vale a pena conhecer alguns modelos que existem no mercado. Escolher a bike que mais atende às suas necessidades exige certos cuidados. A primeira coisa a fazer é ter uma ideia com qual finalidade se pretende usar a bicicleta. Você vai descobrir, por exemplo, que há um tamanho certo de bicicleta para cada ciclista. E que, mais importante, que o tamanho de marcial, o que conta e a pressão que ela oferece. Antes de ir a uma loja — de preferência, uma bicicletaria, onde o atendimento é feito por especialistas — você também deve ter claro que não vai dar a bicicleta. Ela vai servir para ser pedalar ou para ser usada para fazer trilhas? Ou será que você pretende sempre passear no estrado? Para cada uma dessas finalidades existe uma bike diferente. Nesta reportagem, apresentamos as principais tipos de bicicleta, suas diferenças e para que são indicadas.

URBANA / HÍBRIDA

Essa é a bicicleta mais versátil. É indicada para quem quer fazer trilhas curtas e passear no estrado. Também é indicada para quem quer fazer trilhas curtas e passear no estrado. Também é indicada para quem quer fazer trilhas curtas e passear no estrado.

DOBRAVEL

Essa é a bicicleta ideal para quem quer fazer trilhas curtas e passear no estrado. Também é indicada para quem quer fazer trilhas curtas e passear no estrado.

RECLINADA

Essa é a bicicleta ideal para quem quer fazer trilhas curtas e passear no estrado. Também é indicada para quem quer fazer trilhas curtas e passear no estrado.

INFANTIL

Essa é a bicicleta ideal para quem quer fazer trilhas curtas e passear no estrado. Também é indicada para quem quer fazer trilhas curtas e passear no estrado.

A) Capa Edição 5 – out. 2008 B) Aspecto interno da edição C) Aspecto interno da edição

Ilustração 16: Mosaico 5 – O verde em VIDA SIMPLES

Em espaço institucional⁹⁸, a revista é assim apresentada:

T8 VIDA SIMPLES é uma publicação para pessoas que querem cada vez mais descomplicar o **dia-a-dia**, trabalhar com mais alegria, **cuidar da aparência sem descuidar da essência**. Com leveza e bom humor, trata da simplicidade na vida com padrão gráfico diferenciado na apresentação das reportagens.

T8 deixa ver a imagem de proximidade com os aspectos mais corriqueiros da vida do indivíduo. Para Reginato e Amaral (2009, 2010), a intenção da revista enquadra-se no conceito de dispositivo pedagógico da mídia, tal como desenvolvido por Fischer (2001, 2002a, 2002b) a partir de estudos sobre televisão, na medida em que os meios produzem sentidos dirigidos à educação das pessoas acerca dos modos de ser e estar na cultura, mobilizados por um dizer que toca no aprendizado cotidiano sobre os papéis sociais e atitudes que cabem a cada pessoa. Na perspectiva de Fischer, a estratégia discursiva destes discursos é o de ensinar como fazer, na oferta de dicas especializadas nas quais fala o poder de verdade, de ciência, de seriedade dos espaços jornalísticos. Em linha similar, Scalzo (2008, p. 45) identifica nas revistas um espaço potencial para a vontade de contornar comportamentos e dotar de sentido as práticas sociais, em especial pela ótica da sustentabilidade, como faz VIDA SIMPLES:

Se, de um lado, as compras e os catálogos estão em alta, essa mesma sociedade seduzida pelo consumo – ou pelo menos a parte dela que não se rende a ele – está gerando um mercado crescente para revistas que pregam exatamente o contrário: uma vida mais simples, com ênfase no “consumo consciente”. O foco desvia-se do consumismo desenfreado para o que seriam as “necessidades essenciais” das pessoas e para uma filosofia ecológica, de proteção do planeta” (SCALZO, 2008, p. 45)

O consumo sugerido, portanto, reveste-se da qualidade de ser o “essencial” para a “vida melhor” que nomeia a promessa da publicação. Entre as edições de VIDA SIMPLES selecionadas na amostra, que forneceram recortes para o *corpus* discursivo, está o número especial “Vá de bicicleta – Faz bem para a saúde, para o trânsito e para o meio ambiente” (Mosaico 5), no qual a bicicleta, como alternativa de transporte e lazer, é o mote. No espaço editorial deste número, VIDA SIMPLES demarca lugares para si e para seus leitores, estabelecendo uma intimidade entre revista e público. Ambos têm dúvidas semelhantes. Todavia, cabe à revista respondê-las. Em relação a outros lugares (os governos, os revolucionários – SD 54) há também uma busca por distinção na qual fala a imagem de uma abordagem equilibrada (simples):

SD54 E para que essa história não fique só nas mãos dos governos ou dos revolucionários, nesta edição especial de VIDA SIMPLES tentamos responder aos principais anseios e dúvidas de pessoas comuns, como nós e você, e dar dicas

⁹⁸ Disponível em: <http://publicidade.abril.com.br>. Acesso em 9 dez. 2010.

essenciais para quem quer começar a ser um ciclista urbano – ou até um cicloturista. 30VS28sd58

Estes esforços marcam, para Tavares (2009), o *ethos* de VIDA SIMPLES. A seguir, assinalo as demais marcas extraídas de textos editoriais, relacionadas com os dizeres das reportagens da revista:

QUADRO 5: Síntese Domínio 5 - VIDA SIMPLES

O QUE A REVISTA DIZ FAZER	COMO A REVISTA FAZ
<p>edição especial tentamos responder aos principais anseios e dúvidas</p> <p>para que essa história não fique só nas mãos dos governos ou dos revolucionários</p> <p>pessoas comuns, como nós e você</p> <p>dar dicas essenciais</p>	<p>SD55 Então vire a página e descubra o que tem sido feito para que cada vez mais brasileiros saiam de casa pedalando. 30VS28sd561</p> <p>SD56 Muito mais que um cicloativista, o holandês Luud Schimmelpennink sempre foi um homem da contracultura. Preocupado com o meio ambiente e com o crescimento desenfreado da sociedade de consumo, ele chamou alguns amigos e, juntos, formaram o grupo Provo – originário da palavra provocação –, nos idos da década de 1960. A ideia deles era provocar a atenção das autoridades sem o uso de nenhuma violência – e, se possível, com uma dose de bom humor. 30VS28sd567</p> <p>SD57 Sempre que possível, ande de ônibus ou bicicleta, combine caronas e caminhe. Saia da caixa. 30VS28sd573</p> <p>SD58 Da próxima vez que você for despachar uma encomenda, lembre-se de que uma moto polui em média sete vezes mais que um carro. E priorize os mercados, farmácias e padarias do seu bairro que realizam entregas em domicílio a pedaladas. 30VS28sd574</p> <p>SD59 Além dos conselhos dos especialistas, preparamos uma lista com simples informações que podem ajudá-lo nas primeiras compras, como um novo consumidor que respeita os ciclos naturais da terra. 36VS38sd581</p> <p>SD60 Além de curtir a natureza exuberante, outra dica é aproveitar as conversas de pé de ouvido para entender como essas comunidades chegaram tão perto da sustentabilidade. 37VS48sd582</p> <p>SD61 Para ele, é preciso ainda ter em mente a preocupação de residir em áreas que respeitem a legislação ambiental. 37VS48sd583</p>

A presença de verbos no imperativo deixa ver o uso da confiança em poder enunciar, traço que permeia o diálogo da revista com o leitor nos espaços editoriais, para além de apresentar os conteúdos da edição. Ao mesmo tempo, as temáticas do bem estar fortalecem a

perspectiva de que a prática discursiva jornalística reveste-se de um caráter didático ou pedagógico porque discursiviza sobre escolhas, para as quais chamam especialistas (SD59). A identidade de um parceiro de “dúvidas” no que se refere aos comportamentos adequados ao tempo presente emergem da vontade de diálogo e a reiteração de uma partilha entre os “nós” – sujeitos da situação discursiva (SD54) e delineiam, no entendimento desta reflexão, um lugar de **proximidade**, de reciprocidade e cumplicidade, a partir do qual VIDA SIMPLES vai operar seu dizer sobre meio ambiente.

4.2 Lugares e posições-sujeito no interior do dizer

Dado o caráter de proximidade buscado pelas revistas com seu leitor, elemento inerente ao contrato que marca a relação de ambos, as marcas presentes no discurso das revistas, em especial nos textos editoriais, podem ser entendidas pela perspectiva das máximas conversacionais de Grice (1982), por exemplo, reunidas pelo autor sob o Princípio da Cooperação. Cada publicação assume-se cooperante com seu leitor pelas máximas de quantidade (no que é requerido naquele dado momento), qualidade (o locutor tem suficientes razões para dizer o que diz), relevância (o “foco” da conversa é válido) e ordem (o discurso que apresenta é supostamente ordenado, claro e dentro do esperado). Na perspectiva da AD, estamos no terreno das formações imaginárias, pois quem fala obrigatoriamente tem três horizontes a considerar. O trabalho das formações imaginárias designa o lugar que destinador e destinatário atribuem a si e ao outro, como uma imagem que fazem do seu próprio lugar e do lugar do outro. Por isso, explorar os referentes mobilizados no funcionamento do discurso das revistas é tensionar a historicidade de suas condições de produção, os papéis do destinador e destinatário, e o terceiro elemento dessa combinação: do que se fala, o objeto do discurso, aqui pensado na ótica do tema e seus desdobramentos temáticos.

Pela autorreferencialidade, as revistas buscam se constituir enquanto agentes do Campo Jornalístico, ou seja, pretendem sinalizar o seu lugar e o lugar da sua prática em uma dada formação social⁹⁹. Tomando como exemplo a sociedade brasileira urbana e leitora de revistas, há elementos anteriores ao dizer, como o que já se espera que o jornalismo faça. Jornalista e leitor assimilam historicamente uma isenção simbólica, natural, esquecendo-se¹⁰⁰

⁹⁹ Conforme visto no decorrer do trabalho, a formação social representa as relações das diversas posições ideológicas e que mantêm entre si laços de aliança, antagonismo ou dominação em dado momento histórico (BRANDÃO, 2004).

¹⁰⁰ Ver os esquecimentos em Pêcheux (1995, p. 173).

de que, para além dos procedimentos normativos da cultura jornalística, há escolhas outras, como as da ordem da linguagem, do encadeamento que dá origem ao discurso, na atuação das formações imaginárias, e da inscrição ideológica em uma formação discursiva.

As formações imaginárias, como visto no item 3.2, Capítulo 3, dependem de uma relação com as condições de produção do discurso, remetendo a lugares determinados na estrutura da formação social. Elas são construídas a partir do lugar social que cada sujeito envolvido na constituição do discurso ocupa, atribui a si e ao outro. As formações ideológicas estão relacionadas às formações sociais, já que é no interior destas que o ideológico se institui, determinando, pelo viés da FD, os lugares empíricos que cada sujeito pode ocupar, bem como estabelecendo imagens que representam tais lugares.

A imagem de quem diz, jornalista, editor, revista ou o campo profissional, é denominador fundamental no contrato de comunicação. E apesar do capital simbólico do Campo Jornalístico, ao qual os agentes buscam atrelar-se, reafirmar crença e confiança é um exercício contínuo.

No caso dos editoriais de um jornal, o leitor está diante de um espaço de opinião, de argumentação, historicamente dedicado ao “ponto de vista” do meio. Já na revista, o caráter de apresentação da publicação é a regra. Tanto que, na maior parte das publicações em circulação no país, assim como nas cinco revistas aqui debatidas, o espaço correspondente ao editorial do jornal impresso recebe outros títulos: “Carta ao Leitor” (VEJA, EXAME, VIDA SIMPLES); “Agora escuta” (SUPERINTERESSANTE); “Do Editor” (NATIONAL GEOGRAPHIC). Os dizeres editoriais procuram dar a ver uma transparência da revista, seus atos e intenções para com o leitor. Aos olhos do leitor, o sujeito-enunciador quer ser dotado de coerência em sua abordagem.

Pela via da linguagem, é preciso ter em mente que o editorial é terreno de contradições. Como lembra Melo (2003, p. 104), “seu discurso constitui uma teia de articulações políticas e por isso representa um exercício permanente de equilíbrio semântico. Sua vocação é apreender e conciliar os diferentes interesses que perpassam sua operação cotidiana”. Dirigido a uma coletividade, é comum ao texto editorial integrar uma fala que acomode as políticas da empresa e os interesses corporativos que defende. Nos jornais, o caráter político faz com que o texto geralmente não seja assinado, diferente das revistas, nas quais cabe ao editor o diálogo com o conjunto de leitores. Por todas essas razões, entendi aqui os textos editoriais como componentes do quadro que engloba o dizer das reportagens e que, na estratégia da autorreferencialidade, está uma matriz para se trabalhar a imagem buscada

para a prática jornalística perante os leitores. Estes textos põem em marcha os lugares do jornalismo, das revistas, de quem pode falar em seu espaço e, nesta rede, o lugar do leitor.

Considerando o quadro teórico mobilizado pela investigação, assim como a primeira leitura do dizer das revistas, apresento a síntese do lugar demarcado para si pelas publicações. Cada um dos domínios deixa entrever a imagem que permeia a sua relação com os discursos outros, dos quais se alimenta, bem como a imagem que estabelece para si perante os demais lugares acionados no interior das reportagens, apresentados a seguir. Estas marcas falam do lugar social de cada publicação no contexto do Campo Jornalístico, como enunciadores de um discurso competente e, além disso, marcados por valorações que advém da confiabilidade, do espírito de descoberta, da capacidade de avaliação e análise, da qualidade de observação e relato, bem como de agente do diálogo próximo e aberto. Estas imagens de lugares sociais se impõem pelo acionamento da identidade do discurso jornalístico e permitem a inscrição nos discursos outros, como o ambiental, revestindo de verde a enunciação ofertada. São estes lugares ocupados pelas revistas que determinam o efeito do lugar discursivo do verde para que elas operem um efeito de validade e eficácia do que dizem.

Quadro 6: Síntese para o lugar das revistas

REVISTA	MARCAS	LUGAR
VEJA	Verdade Isenção Razão Independência Inteligência	Confiabilidade
SUPERINTERESSANTE	Precisão Inquietude Busca Antecipar Perfeição	Descoberta
EXAME	Inovação Modelo Indicar Análise Guia Iluminar	Análise
NATIONAL	Equilíbrio Consciência Contribuir	Observação
VIDA SIMPLES	Nós Responder - Dialogar Dicas	Proximidade

Tais marcas evidenciam a imagem que o lugar discursivo faz funcionar, como modo de se relacionar com a forma-sujeito histórica do discurso ambiental, em especial no viés da sustentabilidade; e intervir na mediação dos diferentes dizeres, de saberes distintos, acerca das

questões ambientais. Diante das ambiguidades inerentes ao tema, o esforço estratégico está em acionar discursivamente, reiteradas vezes, o capital que simbolicamente reveste o lugar social do jornalismo e o lugar específico do jornalismo de cada revista. De igual modo, o lugar discursivo possibilita o relacionamento com as diferentes posições-sujeito a serem ocupadas. A partir do mesmo lugar discursivo, as revistas ocupam diferentes posições em suas abordagens¹⁰¹, inscritos em uma formação discursiva (FD) que materializa a ideia de uma Ecologia Contemporânea.

A natureza do “discurso sobre”, que caracteriza o jornalismo, impulsionado por uma vontade de desambiguação (MARIANI, 1998), faz com que as publicações utilizem os valores que compõem a memória do dizer sobre meio ambiente para passar em revista a questão ecológica e inseri-la naquilo que cabe na sua ordem (institucional, editorial, mercadológica), propondo uma gramática verde adequada ao tempo presente, ou seja, uma ecologia das revistas. O quadro a seguir sintetiza o panorama da leitura desenvolvida:

Quadro 7: Elaboração a partir das noções-conceito

NOÇÃO-CONCEITO	NO GESTO DE LEITURA DA TESE
Lugar social	do jornalismo (de “poder dizer” - rumo ao “saber dizer”)
Lugar discursivo	do verde (projeto editorial – Movimento Planeta Sustentável)
Formação Discursiva	da Ecologia Contemporânea
Forma-sujeito	Sustentabilidade como matriz de saber: a sociedade sustentável é aquela que é capaz de satisfazer suas necessidades sem comprometer as chances de sobrevivência das gerações futuras
Posições-sujeito	PS 1 – Novo ambientalismo PS 2 – Salvação tecnológica PS 3 – Capitalismo Sustentável PS 4 – Ineficiência brasileira / eficiência estrangeira PS 5 – Conservacionismo como valor

Compreendo que esta FD da Ecologia Contemporânea é marcada pela questão da sustentabilidade como discurso ideal, matriz propulsora, como principal valor e que permite operar aderências e refutações. Inscritas nesta FD, operando a partir de seu lugar discursivo do verde, as revistas permitem-se dizer a partir de diferentes posições, mais ou menos identificadas com uma forma-sujeito ideal, dada pelo enunciado do conceito de sustentabilidade¹⁰², cuja dimensão teórico-conceitual não aparece nunca questionada ou negada. Seu aspecto pragmático, porque em aberto, é a fonte e chave da disputa de sentidos

¹⁰¹ Segundo Grigoletto (2005, p.164), “Quando temos o movimento do sujeito com a forma-sujeito, através da categoria do lugar discursivo, estamos na ordem da constituição do discurso e, no movimento do sujeito com as posições, estamos na ordem da formulação”.

¹⁰² Conforme apresentado no Capítulo 2, em especial no item 2.2.

travada nos textos e materializada nas escolhas das revistas ao dizer o tema. A ecologia das revistas, portanto, é fundamentalmente pragmática. Amparadas na imagem de locutor comprometido, eficaz e responsável, para citar algumas das marcas evidenciadas na apresentação dos domínios, o discurso das revistas traz uma vontade de instalar-se na sugestão do que é correto ou não. Do quê e de quem, assim como elas, é verde, afinal.

No gesto de leitura do *corpus* discursivo, levando em conta as regularidades presentes nos cinco domínios, foram identificadas cinco posições-sujeito (PS) assumidas no interior de uma FD da Ecologia Contemporânea. As PS estão apresentadas na sequência, ilustradas com alguns exemplos de cada um dos domínios:

a. PS 1 – Novo ambientalismo: Em sintonia com as demandas da atualidade, o caráter do ambientalismo como movimento social histórico é esvaziado e dá lugar ao pensamento racional, não “ideologizado” (ou não dogmático). O ambientalismo válido é o que mudou de opinião; o apagamento do caráter político se dá no esforço de deslegitimação do ambientalismo, tratado de forma generalista, como espaço no qual não há saber sobre as soluções, exceto nos discursos adaptados ao tempo presente (em identificação ideológica com a vontade de verdade das revistas). O lugar do novo ambientalismo está em relação com o lugar do leitor, que não deve crer no arcaico. Inserem-se nesta posição as indicações de um espaço para os ativismos atomizados, sem radicalismos, respeitoso com as liberdades individuais, pois o horizonte de soluções depende de outros atores. As SDs reproduzidas a seguir contextualizam esta posição no interior do discurso das revistas. Os movimentos parafrásticos identificados são exemplificados por uma ou mais SDs:

QUADRO 8: Síntese PS1

<p>Domínio 1</p> <p>Em VEJA o ambientalismo é lugar de agir deslocado do tempo histórico. Em aderência da revista ao discurso político, o movimento é por estabelecer que o ambientalismo é lugar contaminado e não legítimo diante das problemáticas ecológicas porque aglutina uma luta contaminada ideologicamente.</p>	<p>SD62 É irônico que o ambientalismo, enquanto instrumento político, seja hoje associado ao pensamento de esquerda. No passado, era o contrário. Os comunistas, donos das fábricas mais poluentes do mundo, consideravam a preocupação com o ambiente um mero capricho burguês. Só depois que o comunismo virou poeira, com a queda do Muro de Berlim, os órfãos do marxismo viram na defesa do ambiente uma forma de desafiar o capitalismo. O risco de dogmatismo no combate ao aquecimento global é o de retirar as questões do verdadeiro domínio a que pertencem – o debate científico. 12VE17sd85</p>
<p>Domínio 2</p> <p>A generalização “ambientalistas” designa, em SUPER, lugar não autorizado porque contrário aos avanços tecnológicos em prol do ambiente. Apoiada na verdade da ciência, a revista busca estabilizar um consenso em torno</p>	<p>SD63 Os ambientalistas erraram – e o Sr. Burns, dono da usina nuclear de Springfield, de Os Simpsons, é um herói. Em vez de energia solar, eólica ou hidroelétrica, a força que vai nos salvar do aquecimento global, quem diria, é a energia nuclear. 5SU27sd212</p> <p>SD64 Ele não é o único a virar a casaca e pular para o lado das usinas atômicas. 5SU27sd222</p>

<p>das controvérsias em temas polêmicos. A ação política, marca histórica do ambientalismo, é aqui mobilizada negativamente. É preciso modificar posições arraigadas e ultrapassadas e deixar de lado a dimensão de coletividade e luta.</p>	<p>SD65 ... o melhor jeito de mobilizar as pessoas para colaborar com o ambiente é elaborar um jeito de atingi-las individualmente. Nada adianta apelar ao senso de coletividade. 16SU67sd265</p>
<p>Domínio 3</p> <p>Na discursivização do verde no Campo Econômico, o ambientalismo é discursivizado como lugar oposto às práticas empresariais, mesmo as sustentáveis. EXAME busca atrelar ao ambientalismo a imagem de posturas contrárias aos novos entendimentos acerca do verde.</p>	<p>SD66 Alvo de críticas ferozes dos ambientalistas, as multinacionais do setor resolveram adotar uma estratégia baseada em entretenimento para se aproximar dos consumidores e melhorar a própria imagem. 14EX37sd319</p> <p>SD67 O cientista político dinamarquês Bjorn Lomborg costuma provocar arrepio nos ambientalistas mais ortodoxos. 18EX58sd378</p>
<p>Domínio 4</p> <p>NATIONAL também aciona o ambientalismo como espaço da posição contrária ao sistema produtivo, porém demarcando conflitos neste lugar, não tomado essencialmente como uniforme.</p>	<p>SD68 Nem todos os ambientalistas têm uma opinião completamente negativa a respeito de Maggi. 1NG17sd514</p>
<p>Domínio 5</p> <p>Em VIDA SIMPLES a ação ecologicamente correta não depende somente dos atores oficiais instituídos. O discurso de VIDA SIMPLES traz uma vontade de instalar-se na ordem do cotidiano do leitor, projetando nele a imagem de agente pelas atitudes de consumo que toma, não necessariamente vinculadas politicamente.</p>	<p>SD54 E para que essa história não fique só nas mãos dos governos ou dos revolucionários, nesta edição especial de VIDA SIMPLES tentamos responder aos principais anseios e dúvidas de pessoas comuns, como nós e você, e dar dicas essenciais para quem quer começar a ser um ciclista urbano – ou até um cicloturista. 30VS28sd58</p> <p>SD69 Por aqui, tem-se aliado o cicloativismo – ações de pessoas comuns em prol do uso da bicicleta – ao diálogo com as autoridades. O importante, dizem os ativistas, é que essas duas partes são parceiras. 30VS28sd562</p> <p>SD70 “O consumidor deve ficar atento para distinguir entre uma certificação conferida por um organismo independente e os selos autodeclaratórios, que são colocados nos produtos pelos próprios fabricantes” 29VS18sd557</p>

b. PS 2 – Salvação tecnológica: – Na elaboração acerca da emergência do verde no contemporâneo, os axiomas da pós-modernidade definidos por Santos (1999), conforme abordado no Capítulo 2, estabelecem a centralidade das soluções técnicas, com menor relevância ao questionamento de padrões de consumo e produção estabelecidos. A evolução tecnológica, na direção da eficácia e eficiência dos processos traduz a preocupação da sustentabilidade como objetivo, de reduzir o uso dos recursos. O debate, conforme sinalizado no levantamento teórico empreendido, acaba também por sintetizar uma das perspectivas de discursivização do verde, na qual a técnica sobrepõe-se ao coletivismo e a uma dimensão ética dos problemas.

QUADRO 9: Síntese PS2

<p>Domínio 2</p> <p>Mesmo com o protagonismo das soluções tecnológicas, o discurso de salvação do planeta encerra uma dimensão de valor do verde, acionado em justaposição ao que propõe SUPER sugere como caminho: a tecnologia. A salvação, que remete ao discurso religioso, mostra o ideal ecológico acionado.</p>	<p>SD71 O que leva pesquisadores sérios a defender um antigo vilão da ecologia é que, nos últimos anos, essa tecnologia se mostrou muito mais segura e pacífica do que a opinião pública imagina. 5SU27sd224</p> <p>SD72 Separar o lixo, economizar água, deixar o carro em casa. Tudo isso ajuda. Mas o que vai salvar mesmo o planeta do aquecimento tem nome: tecnologia. 16SU67sd255</p> <p>SD73 A nova receita para salvar o mundo, dizem Nordhaus e Schellenberger, é investir com vontade em novas tecnologias. 16SU67sd259</p>
<p>Domínio 3</p> <p>Em EXAME, a aderência ao discurso empresarial torna central a opção por acionar marcadores de eficiência, conseguidos por modificações tecnológicas. A lógica produtiva não se altera. O horizonte de soluções passa por índices mensuráveis, mesmo que aplicados, por exemplo, em indústrias nomeadamente poluidoras.</p>	<p>SD74 As empresas também apresentam metas cada vez mais ambiciosas no quesito ecoeficiência, sobretudo no que se refere ao consumo de água e energia. 15EX1207sd17</p> <p>SD75 A indústria automobilística aperta os cintos de segurança e se prepara para a maior transformação de sua história. Pressionadas pela dependência do petróleo, pela ameaça da mudança climática e pelos novos hábitos dos consumidores, as montadoras e uma nova geração de empreendedores abrem uma era de inovações tecnológicas que podem transformar o motor de combustão numa peça de museu. 17EX48sd334</p> <p>SD76 A adoção desse combustível pelos competidores na corrida de Indianápolis é apenas mais um sinal do estouro da boiada em direção aos biocombustíveis, substitutos da gasolina e do óleo diesel que são extraídos de plantas como milho, soja e cana-de-açúcar. Para os entusiastas, tais fontes renováveis de energia poderiam reanimar a economia rural, diminuir a preocupante dependência de petróleo e – o melhor de tudo – reduzir a quantidade cada vez maior de dióxido de carbono que lançamos no ar. 11NG37sd533</p> <p>SD77 Outro objetivo da DuPont é adicionar a seu faturamento anual ao menos 2 bilhões de dólares em vendas de produtos mais eficientes no consumo de energia e que reduzam substancialmente as emissões de gases de efeito estufa. 31EX78sd465</p> <p>SD78 Da redução do consumo de água e energia nas fábricas ao aumento do uso de insumos renováveis, as indústrias químicas buscam atenuar o impacto ambiental de sua atividade. 31EX78sd467</p>

c. PS 3 – Capitalismo sustentável: Nas próprias lógicas do sistema econômico, a preocupação ecológica passa a ser absorvida em uma ordem similar ao relatado em relação à tecnologia, em direção a um discurso ecológico hegemônico e adaptado às dinâmicas da esfera privada, da produção operando por variáveis de aferição de ecoeficiência e pela oferta, cada vez mais abundante, de produtos verdes ao mercado consumidor. A definição de uma crise ambiental como um problema relativo a estilos de vida e opções de consumo abre um importante campo estratégico. As empresas devem aproveitar a nova percepção e a emergência da preocupação com um futuro sustentável. Outras questões também constituem este núcleo de sentidos identificado, conforme os exemplos a seguir:

QUADRO 10: Síntese PS3

<p>Domínio 1</p> <p>Uma outra dimensão do valor do verde se desenha tendo por base a lucratividade da questão em termos de saber dizer e operar o horizonte de soluções para os problemas que se apresentem. Além disso, também aparece em VEJA o dizer sobre a compensação econômica como caminho para frear a degradação, na preponderância de uma racionalidade econômica, vigente no contexto liberal ocidental.</p>	<p>SD79 Entregar a tarefa à iniciativa privada, por meio de concessões, é uma saída. 27VE78sd174</p> <p>SD80 Para eles, o discurso e consciência ecológica não funcionam. Eles precisam de medidas que tornem mais vantajoso preservar do que destruir. 27VE78sd180</p>
<p>Domínio 2</p> <p>SUPER localiza deslocamentos em torno de uma nova ordem. A modificação de comportamentos abre espaço para novas práticas e a revista propõe um engajamento otimista.</p>	<p>SD81 Várias empresas estão fazendo sua parte, especialmente agora que a mudança para um comportamento sustentável não só é bom para publicidade mas pode reduzir custos. 16SU67sd260</p> <p>SD82 Por outro lado, tem muito ambientalista por aí revendo seus conceitos. É o caso de Carl Pope, diretor executivo do Sierra Club, a mais antiga organização ambientalista do mundo, fundada em 1892, nos EUA, e que hoje conta com 600 mil membros ativos. “A tarefa do ambientalismo no século 21 é totalmente diferente da que definiu o próprio movimento no século 20. Por 100 anos, aqueles que se chamavam primeiro de conservacionistas e depois ambientalistas, definiram sua tarefa como sendo de limitar e depois limpar a ordem industrial existente. Para os próximos 100 anos, nossa tarefa é dar forma, desenhar e acelerar a chegada de uma nova e sustentável ordem econômica”. Que assim seja. 16SU67sd269</p>
<p>Domínio 3</p> <p>A simbiose constitutiva do discurso de EXAME, de aderência e identificação ao discurso econômico, faz a revista operar pelo controle da dispersão em torno do universo de soluções, atrelando-as a um contexto em que o dinheiro é ainda mais verde e ajuda a desenhar uma perspectiva viável aos problemas que se apresentam, fortemente marcada, todavia, por uma vontade de controle das possíveis incongruências do cenário. O dizer circunda as novas maneiras de agir, atentas aos anseios sociais.</p>	<p>SD83 As empresas também apresentam metas cada vez mais ambiciosas no quesito ecoeficiência, sobretudo no que se refere ao consumo de água e energia. 15EX1207sd17</p> <p>SD84 A transição de uma abordagem teórica para outra baseada em métricas e mudanças práticas é um fenômeno que pode ser observado em todo o mundo. 14EX37sd287</p> <p>SD85 Em tempos de sustentabilidade, conceber novas maneiras de cuidar do meio ambiente virou obsessão de praticamente todas as grandes companhias do mundo. 17EX48sd340</p> <p>SD86 Só o desenvolvimento econômico pode eliminar o principal predador da floresta: a pobreza extrema. 25EX68sd382</p> <p>SD87 “A evolução dos critérios ambientais mais importantes, como consumo de água e energia e emissões de gases, revela que as empresas brasileiras começam a ter ações mais claras para reduzir o impacto de suas atividades”, diz Roberta Simonetti, coordenadora do Centro de Estudos em Sustentabilidade da Fundação Getúlio Vargas de São Paulo, parceira da EXAME na elaboração da metodologia do questionário. 31EX78sd428</p>

d. PS 4 – Ineficiência brasileira / eficiência estrangeira: Diz da reiterada opção das revistas por operar em uma dicotomia entre “atrasados” e “adiantados”, localizando os lugares do avanço em torno da questão ambiental e quais não “merecem crédito”. Deixa ver, ainda, uma

vontade de verdade inscrita nos padrões ocidentais que fundamentaram, ao longo dos anos, por exemplo, uma série de preconceitos em torno das pequenas lógicas, dos saberes e cultura tradicionais. O bom exemplo, é recorrente, virá sempre de fora.

QUADRO 11: Síntese PS4

<p>Domínio 1</p> <p>Em VEJA, não há espaço para a tradicional ocupação da Amazônia. A imagem do “estrangeiro” é o ideal para fazer o melhor uso do espaço, em especial nas disputas em torno das atividades do agronegócio na área. Promovendo as oposições o discurso jornalístico busca determinados efeitos de sentido no acionamento de marcas históricas e de uma memória em torno de elementos que culturalmente são sublinhados de forma negativa pela ordem hegemônica.</p>	<p>SD88 O sotaque, os cabelos loiros e os olhos azuis, os sobrenomes de origem alemã e italiana são marcas da colonização sulina. Ao contrário do que aconteceu no Pará, onde a devastação se deu mais na marra, com invasões e grilagens de terras públicas, a maior parte dessa região foi ocupada por meio de projetos de colonização desenvolvidos a partir da década de 1970 por cinco grandes empresas privadas. 20VE48sd147</p> <p>SD89 O Brasil ainda é africano nessa área. 27VE78sd173</p>
<p>Domínio 2</p> <p>Os assuntos controversos, na esteira do dizer de SUPER, são discursivizados pelo acionamento de um imaginário de primeiro mundo como local de esclarecimento para fechamento dos sentidos em torno da mudança de estatuto de temas polêmicos, tal pretende sugerir.</p>	<p>SD90 Não deixa de ser curioso que a França, cujos cidadãos são conhecidos pela ferrenha força de suas posições políticas, seja o país em que a energia nuclear encontra menos resistência na opinião pública. Pouca gente que visita as tranquilas cidades medievais no interior do país costuma se dar conta de que a energia elétrica produzida lá tem origem em reatores nucleares. 5SU27sd237</p> <p>SD91 A boa notícia é que muita coisa já saiu do papel, principalmente nos países mais desenvolvidos, onde evidências de riscos no horizonte já estão rendendo iniciativas práticas. 35SU88sd278</p>

e. PS 5 – Conservacionismo como valor: No terreno da natureza e seus recursos. Mesmo diante de um contexto social altamente tecnologizado, os valores de preservação e conservação aparecem demarcados no dizer das revistas, acionando um ideal romântico de riqueza natural e biodiversa, da ordem do encantamento com o ecossistema. Ele emerge, em especial, nas abordagens sobre a floresta Amazônica, como espaço prioritário de preservação.

QUADRO 12: Síntese PS5

<p>Domínio 1</p> <p>Em VEJA, que diz do seu lugar como espaço contrário aos dogmatismos e a “fé cega” nas religiões seculares, metáforas religiosas são acionadas na construção de um percurso de reportagem que pretende levar o leitor ao contexto de “saídas viáveis” para os problemas da floresta sagrada, mas ameaçada.</p>	<p>SD92 Diante da abundância de riquezas proporcionada pela natureza, sempre se aproveitou como se o dote fosse inesgotável. Essa visão foi reformulada. 32VE98sd185</p> <p>SD93 A floresta é um templo. 20VE48sd39</p>
--	---

<p>Domínio 2</p> <p>As metáforas religiosas aparecem no discurso de SUPER, apesar de seu dizer ser essencialmente materializado por uma aderência ao poder/verdade da ciência.</p>	<p>SD94 Tecnologia. A pílula que salva. 16SU67sd254</p>
<p>Domínio 3</p> <p>Em EXAME o discurso da conservação também emerge por um deslocamento, contornando a ideia de práticas ecológicas no cotidiano.</p>	<p>SD95 ...estamos convencidos de que a questão ambiental vale o esforço. 18EX58sd370</p> <p>SD96 Como se vê, em qualquer tipo de atividade econômica, em se tratando de floresta Amazônica, a natureza já fez sua parte, dotando-a de um patromônio ímpar. Agora cabe ao país ter a visão, o talento e o empenho necessários para criar um novo tipo de capitalismo – selvagem, no bom sentido do termo – contra o ronco predatório da motosserra. 25EX68sd406</p> <p>SD97 No mesmo mural, um cartaz propagandeia uma competição para funcionários: quem apresentar três contas de água que mostrem redução do consumo em casa ganha um jantar para duas pessoas. “Queremos que os conceitos de proteção ambiental sejam praticados no dia-a-dia das pessoas, não só dentro da empresa”, afirma Arosi. “E provar que meio ambiente não significa salvar árvores, pássaros, baleias, mas seres humanos”. 33EX88sd492</p>
<p>Domínio 4</p> <p>Na temática da Amazônia os valores conservacionistas são recorrentemente acionados por NATIONAL, marcando a ação do repórter na observação e relato da experiência <i>in loco</i>.</p>	<p>SD98 Quando chegamos à fazenda, subimos por entre pastos cercados e penetramos na escuridão da floresta, seguindo por uma estrada precária aberta pelos grileiros. Cruzamos um riacho de águas tão límpidas que paramos para nos refrescar. Enquanto contemplava a catedral verde que se erguia a nossa volta, tive a sensação de estarmos em um lugar sagrado que, em outras circunstâncias, só poderia ser alcançado após semanas de caminhada. Uma borboleta-azul esvoaçou perto de nós, uma maravilha entre incontáveis outras ainda preservadas. Por quanto tempo? Lembrando-me do caldo espesso em que se transformaram os córregos já circundados por terras de cultivo mais ao sul, estimei que seria questão de meses – não mais que um ano – para que essas sombras profundas e misteriosas fossem expostas à causticante luz do Sol e para que a água fresca já não mais pudesse ser bebida. 1NG17sd502</p>

* * *

No entendimento de Voese (1997, p.142), quando um discurso é produzido, ele desconstrói outros para construir um futuro com eles, “impondo/reproduzindo no tempo futuro o que é hegemônico no presente, mas que está sendo posto sob crise pelos discursos não hegemônicos”. Essa é a autoridade buscada pelo jornalismo que, reiteradamente, invoca sua identidade em poder dizer como sustentáculo para instalar a sua ordem em outros espaços e na construção de sentidos para outros lugares sociais, de como eles podem dizer e ser ditos no interior dos textos jornalísticos.

No âmbito das reportagens lidas aqui, a partir das posições-sujeito ocupadas pela inscrição no lugar discursivo do verde, o jornalismo opera por generalizações de lugares socialmente marcados para instituir as validades e os dizeres inapropriados. Assim, busca demarcar um lugar para os lugares discursivizados por ele, compondo um mapa “invisível” que oferta aos leitores. Objetivando ver tal trajeto, de quem cabe nos espaços das revistas, proponho a visualização do Quadro a seguir. Considerando as 512 SDs recortadas dos textos das reportagens, construí a relação de lugares demarcados pelas publicações. Eles devem ser tomados por uma lógica dicotômica, ou seja, cada lugar é acionado em relação a outro com o qual está em concorrência ou aliança – como ciência *versus* ambientalismo, por exemplo –, e assim é que a leitura do quadro a seguir (Quadro 13) deve ser feita.

Quadro 13: Marcas associadas aos lugares acionados e projetados nas reportagens

	1 VEJA	2 SUPER	3 EXAME	4 NATIONAL	5 VIDA SIMP
Cientistas	céticos respeitável influyente proeminente saber precisos especialistas previsão	desconfia consenso comunidade receiam sérios orgulhar "conceber teorias" capazes	dados concretos "abrandar os discursos alarmistas" fortalecer	temem alarmados	-
Ambientalistas	catastróficos dogmáticos dramáticos doutrinários	erraram "morte do ambientalismo" "pós- ambientalistas" "revendo seus conceitos" conservacionistas incomodados "agir individualmente"	denunciam campanha pressionar "críticas ferozes" catastróficas históricos "recém- convertidos" "bandeira ambiental" "temas quase clássicos" manifestações pressão ortodoxos "tenta convencer"	temem	contracultura ativismo "plantando uma semente" "pessoas comuns"
Governo	fraude esquizofrenia ausência "ranço ideológico" marketing "suposta vocação"	"não são os únicos responsáveis"	mais atentos	"corruptos e ineficazes" "mal equipados e desprovidos de recursos" regularizar	polícia prende
Agronegócio	"não são criminosos" vigilantes valorizar	-	prestígio "selo de garantia" impiedosos destruidores desbravadores fundamentais	"tomar consciência" "responde por gases do efeito estufa"	-
Empresas	atenção devastação	"fazendo sua parte" investimentos tecnologia "não são as únicos responsáveis" adaptação	relevância estratégia ecoeficiência empenhando aprendendo novo cenário expostas resultados esforço transformação produtos verdes "supera interesses" oportunidade inovação "mercado nascente" preocupação emprega bem-sucedidos	-	-

Ao abordar a questão ambiental, jornalistas e editores estão interpelados por saberes diversos, fruto das dinâmicas desse “dizer entre” os demais Campos Sociais. Ao inscreverem-se em um lugar discursivo, há uma determinação de diferentes ordens, permeada por relações de poder-saber e poder-dizer. Diante de temas da complexidade contemporânea, o jornalismo de revista almeja não somente poder dizer. Acionando as imagens identitárias que revestem seu lugar, há um esforço de montagem de quadros específicos cujo efeito seja o reconhecimento de um saber dizer, de agente de informação especializada, coerente e correta. Ao mesmo tempo, a constituição do lugar discursivo das revistas depende da existência de um espaço para as práticas discursivas do cotidiano, observada na aderência ao discurso do senso comum, de forma a abarcar o leitor no interior do dizer.

Como sinalizado no quadro teórico, os “discursos sobre” são discursos intermediários, falam sobre um discurso de origem, situando-se entre este e o receptor¹⁰³. Como reflete Mariani (1998), de um modo geral os “discursos sobre” representam lugares de autoridade em que se efetua algum tipo de transmissão de conhecimento. O falar sobre orbita entre o descrever acontecimentos e singularidades e estabelecer a relação destas com um campo de saber já reconhecido pelo leitor. No caso do discurso jornalístico, em especial no observado aqui, ele pode funcionar como produtor de um distanciamento e na projeção de uma imagem de observador imparcial, que relata o que comprovou, ou na estratégia de enquadramento do grau de especialização que embasa as escolhas feitas no trabalho de reportagem.

Diante da complexidade social contemporânea e da emergência dos conflitos em torno das soluções para as questões ambientais, a prática jornalística oferta sua mediação em mapas de temporalidades, espacialidades e dizeres utilitários, cujo efeito é responder não a questões propriamente factuais, mas a uma conjuntura. Os funcionamentos observados indicam um “agendamento” que permeia as revistas, fruto da sua identidade mediadora, da missão que constitui os mecanismos imaginários (instituição, o jornalismo que faz), sua periodicidade e a manifestação editorial do que é relevante ser dito. A processualidade midiática é definida por Esteves (2005) como a de gestão de bens escassos: o tempo e a atenção, inclusive como consequência do significado democrático socialmente atribuído aos meios. Vem à tona, mais uma vez, o patamar das formações imaginárias que dão cor ao Campo Jornalístico: eficácia, legitimidade, equilíbrio, emergem como atributos naturais e inerentes ao discurso em questão:

¹⁰³ Reiterando que receptor e leitor servem para determinar que seus lugares estão marcados no discurso, tal discute Pêcheux (1995) nos esquecimentos 1 e 2, assim como na conceituação de formações imaginárias (conforme apresentado no Capítulo 3). Não indicam, contudo, posição passiva na cena discursiva.

Nas democracias, o jornalismo, objeto abstrato, tornou-se o espaço público dos confrontos discursivos que interessam à cultura e aos processos sociais, na construção do presente. Ao sucesso de tais conflitos, e por causa do seu próprio sucesso, a linguagem jornalística oferece a regra da confiabilidade, o distanciamento crítico da independência e o balizamento das razões éticas. (CHAPARRO, 2001, p. 16).

Além disso, na expressão de França (1998), o jornalismo não fala simplesmente para a sociedade, mas constitui, de certa forma, uma fala da sociedade, ao mesmo tempo em que dá a ver o seu lugar, permite que o leitor tenha lugar a partir do momento em que ele aceita fazer parte da comunidade imaginada, dentro da ordem da revista. Do mesmo modo, o discurso jornalístico, ao tomar a si mesmo como objeto, reitera que “sempre vai destacar aqueles fatos que mais revelam os valores e crenças da sociedade naquele momento histórico” (SILVA, 2006, p. 94).

Em se tratando das revistas, tal processo ganhou contornos ainda mais evidentes. Moretzshon (2007) vai afirmar, a partir de Rancière, que vivemos em uma sociedade incansavelmente ocupada na tarefa de autointerpretar-se, na busca ininterrupta por acontecimentos e sintomas a decifrar, ideia que condiz com o que é possível observar nas revistas, quando o tema ecológico passa da cobertura de acontecimentos para uma ação jornalística planejada e intencional. No caso da Abril, a emergência de um movimento editorial único, que pulveriza o ecológico nos diferentes domínios da arquitetura do Grupo, torna evidente e regular essa necessidade de oferecer à sociedade uma interpretação do contexto contemporâneo através de um tema central da atualidade e de seus desdobramentos possíveis, inseridos em publicações variadas.

O Movimento Planeta Sustentável perpassa os diferentes Núcleos da Editora Abril e imprime ao tema um caráter de compromisso editorial e jornalístico. No viés institucional, é demarcador de uma proposição; é também mercadológico, gera parcerias e ações de visibilidade do grupo no mercado e de empresas que aderem à proposta; afeta questões editoriais ao instalar o tema como eixo para as publicações do Grupo, abordagem a cumprir.

Pelo fato do jornalismo colocar-se em causa pela sua relação com a verdade, é importante tomá-lo enquanto forma de conhecimento. Um conhecimento parcial mas em progressão para a verdade, que notoriamente se situa entre o rigor sistemático e analítico inerente às ciências e ao senso comum, no qual Gil (2001) reconhece uma epistemologia implícita. Um conhecimento de interpretação, produzido pelo jornalismo para ser (re)produzido no espaço público. A edição e organização são processos legitimados pelo caráter de ordem necessária para a coerência e compreensão como referencial para o consumo

dos textos jornalísticos. O conhecimento do jornalismo é marcado imaginariamente pelo que Fontcuberta (1983) considera serem as suas bases tradicionais – realidade, veracidade e atualidade –, como índices de noticiabilidade, nos quais a seleção e interpretação são naturalizadas para que não tenham um efeito de escolha parcial no que é dito.

O tema, no contexto de um projeto editorial, coloca-se para além de um conteúdo a ser buscado¹⁰⁴. Cabe ao jornalismo de revista observar e mapear, o que não se traduz por factual e extraordinário e, inversamente à lógica canônica jornalística, falar sobre temas inerentes à sociedade contemporânea, buscando dar conta de suas tramas e, ao mesmo tempo, estando relativamente sujeito à capacidade “geradora” que os envolve. A resposta a essa “provocação” se dá pela configuração de características específicas ao jornalismo de revista, sinalizadas no decorrer do presente texto e, ao mesmo tempo, de vontades de enquadramento jornalístico aos temas abordados. Sob a ótica de uma orientação editorial, as condições de produção do discurso das revistas passam a ser regidas por outros referentes que não apenas a necessidade de fazer frente ao cotidiano de acontecimentos do mundo.

Em cada domínio aqui estudado há peculiaridades em torno da determinação que o lugar do jornalismo imprime no dizer das publicações. Como o foco deste trabalho esteve nas revistas, tratei cada publicação como enunciador do discurso que veicula. Isso porque as matérias de cada número são resultado de um trabalho combinado de reportagem e processos de edição que buscam dar ao conjunto de textos veiculados um aspecto de homogeneidade que tem a ver com as políticas editoriais institucionais, com os enquadramentos que balizam a atuação de cada revista, sua missão, sua visão. Além disso, no caso de abordagens especiais, e dado o caráter institucional e editorial do MPS, exceto por algumas citações específicas, há um esforço em marcar o papel de cada publicação nas abordagens que promove, seu caráter histórico ou inovador no tratamento de problemáticas ecológicas. Considerando o que o trabalho com o *corpus* discursivo evidenciou, o efeito de competência do discurso jornalístico é tecido por diferentes marcas, lembrando que uma prática discursiva é definida não pelo “seu comprometimento ideológico com o discurso dominante, mas o que a prática constrói como seu sustentáculo” (VOESE, 1997, p.142).

Apoiado no funcionamento de marcas de competência, instalando-as no interior das reportagens, em consonância com os quadros sinalizados nos dizeres editoriais e o investimento visual diferenciado na presença do verde nas capas e diferentes espaços no

¹⁰⁴ Esta ideia está sugerida em Schwaab e Tavares (2009), em texto que propõe pensar o tema como um operador de sentidos no jornalismo de revista, no contexto das pesquisas dos autores.

interior das revistas, as publicações estabelecem, via projeto editorial, um lugar discursivo verde para si, autorizado pelos efeitos do seu lugar social e produtivo na tarefa de mediação que cabe a elas, pela relação com os discursos outros dos quais se alimentam para dar conta da circulação dos dizeres que nomeiam a atualidade.

Assim, o jornalismo de revista utiliza-se de uma problemática central da contemporaneidade para assentar-se como lugar de saber dizer. Ao explorar desdobramentos temáticos de um assunto conflituoso, como a questão ambiental, ofertar dizeres utilitários torna-se produtivo do ponto de vista jornalístico. O fator institucional também adquire peso e a força da temática entrelaça ações de mercado, edições especiais, verdes e guias. Neles, os capitais simbólicos do Campo Jornalístico, credibilidade e legitimidade, são acionados como avalizadores da prática discursiva, mesmo sendo esta fortemente marcada por um sistema de ordem, como procurei debater teoricamente e na síntese das análises. Está em curso no fazer jornalístico dos domínios discursivos estudados a busca de um efeito de unidade, mesmo diante das paradoxos da contemporaneidade: um desejo de consenso sobre as incertezas.

O jornalismo de revista imprime em seus textos a vontade de legitimar sua mediação no entremeio das disputas de sentido empreendidas pelos diferentes Campos, materializando em seus textos os efeitos do lugar discursivo instituído e a partir do qual opera, no qual o jornalismo deixa falar o valor da sustentabilidade como elemento central do espírito do presente e, acionando esse valor, autoriza-se a enunciar soluções aos leitores, como resposta à ambivalência da questão ambiental. O lugar discursivo do verde, ocupado pelas revistas da Abril, está em estreita relação com a imagem do lugar social do jornalismo e das publicações. E como fruto, ainda, da produtiva exploração do próprio contrato de comunicação. Estar “entre”, porém, não significa estar fora (SANTOS, 2002), apesar de estarem em um lugar específico que buscam legitimar para si.

5 Considerações finais

NA MOTIVAÇÃO PARA ESTE TRABALHO falava a indagação sobre como pensar o papel que o jornalismo de referência assumiria na emergência do ecológico como problemática inerente ao contemporâneo, dada a sua qualidade conflituosa e ambivalente. Se por um lado o discurso jornalístico é dito em muitos estudos como uma forma de manutenção do poder de atuar na ordem do cotidiano, pois agenda assuntos sobre os quais se deve pensar, organizando leituras para tais assuntos, as buscas teórico-metodológicas que iniciara um pouco antes, em especial no terreno da Análise do Discurso, reforçaram a vigilância em torno do poder de influência. O sentido, é regra, não está nem nos sujeitos, mas em um espaço gerado entre eles e o dizer em questão. Perspectivas dos Estudos Culturais, de igual forma, solicitam que se pense na atividade de leitura e interpretação como ativas, portanto plenas de possibilidades.

Mesmo assim, o discurso existe por filiações, inscrições ideológicas e operações imaginárias que, sintetizadas, contornam o dizer como resultado de vontades, de escolhas para e por condições históricas de aparição dos textos. Na ordem do discurso jornalístico, marcada por uma relação com a verdade evidente da informação, deve ser pensada também a relação referencial da linguagem, evidenciada pelo jornalismo por uma identidade (imagem) historicamente constituída de fazer objetivo, isento e confiável. O imaginário do caráter público, de relevância e de mobilizador plural de vozes no ambiente democrático sublinham a necessidade de não apenas observar o que diz o jornalismo. É necessário congregiar uma compreensão dos discursos que o jornalismo traz sobre si, como mecanismos de estruturação do Campo e suas práticas, estas levadas a cabo em um exercício de autonomia marcadamente reduzida. Além da inscrição ideológica dos sujeitos na língua, as condições de produção do discurso jornalístico só emergem depois de uma conciliação dos marcadores editoriais, institucionais e mercadológicos, o que demonstra a fragilidade da pluralidade prometida no contrato com os leitores.

Destramar o discurso jornalístico depende, ainda, de cotejar os quadros a partir dos quais este dizer é materializado. São as suas condições de aparecimento, no contexto de um dispositivo (material, impresso, formatado) que buscam limitar a dispersão de sentidos e o apresentam como dotado de credibilidade dentro do conjunto de discursos possíveis. Ler o discurso jornalístico, portanto, é trabalhar em busca de efeitos pretendidos no modo de encadeamento, mobilizando as marcas e seu funcionamento nos domínios discursivos estudados.

No desenho teórico-metodológico da investigação, a noção de lugar surge como operador que permite ler mais de perto as diferentes situações que envolvem o dizer jornalístico. Remete à ecologia, ao estudo da inter-relação. Lugar, em análise do discurso, parte do entendimento de que todo dizer se instala por uma relação de lugares. As noções de lugar social - lugar discursivo, trabalhadas de forma relacional, porque interdependentes, foram mobilizadas na pesquisa para cercar os textos das revistas e deles extrair as relações que os conformam. Lugar é noção mais específica porque está no processo discursivo e, no caso aqui observado, de um jornalismo que se pretende estruturador de gramáticas ecológicas aplicáveis, ofertadas como efeito da vontade de ser visto como agente de um dizer pleno, tal percebido no movimento das revistas em valorar sua prática e seu dizer.

Da intenção inicial surgiu um direcionamento: é possível falar de jornalismo falando de ecologia. Findado este percurso, na perspectiva de que todo estudo será sempre um exercício potencial, porém limitado, a principal resposta ao estímulo do mote referido é de que é possível pensar em uma ecologia do jornalismo, foi assim que o caminho do presente trabalho se construiu.

O jornalismo é espaço privilegiado de materialização da relação interdiscursiva que estrutura a identidade dos diversos discursos e de como são ideologicamente acolhidos ou confrontados. O dizer jornalístico é devedor da primordial relação com os discursos outros que ele aciona e dos quais se serve, inclusive para nomear a relevância da sua própria prática como lugar de verdade, uma verdade que não está em si mesmo, essencialmente, mas no efeito que produz.

Se há a necessidade de uma racionalidade ambiental, o jornalismo emerge propondo um tipo de racionalidade, no entremeio de outras, e incluindo a si próprio nela. As revistas passam a ser impressas em papel de fontes certificadas, plantam árvores para compensar a emissão de gases estufa em seus processos de feitura e impressão. Além, acolhem e abrem espaço privilegiado ao tema. Nas reportagens, há um anseio de apresentar as melhores explicações, passíveis de surtirem efeito, sem afetar, contudo, a lógica capitalista liberal. O verde muda, atualiza-se, mas seu valor, o ideal do conceito de sustentabilidade, permanece acionado discursivamente, fala nas diferentes posições assumidas. O novo precisa ser integrado ao já existente, reformulando-o. Assim, o verde é passado em revista porque é hora de colocá-lo para funcionar no tempo presente: aplicável, pragmático, mensurável.

Como procurei pontuar ao longo da recuperação da questão ambiental, a transformação até o verde que emerge nas páginas das revistas foi fruto de um largo processo

de reivindicações por parte do movimento ecologista, aos poucos institucionalizado em espaços oficiais, documentos, eventos internacionais e, mais recentemente, acolhido e reprocessado no interior do sistema produtivo e pelos próprios atores que, historicamente, estiveram “do outro lado”, o dos causadores da degradação ecológica.

A generalização de conceitos e da terminologia ambiental ganhou impulso com os eventos internacionais em torno do tema e, com o advento dos relatórios acerca das mudanças ambientais globais, seu uso passou a se dar em escala planetária. De forma paralela, a questão da sustentabilidade, como ideal a ser perseguido, fez parte das reconfigurações constantes que acabaram por tornar a preocupação ecológica um dos eixos centrais da atualidade, seja pela gravidade dos problemas ainda sem solução, seja pelo efeito da institucionalização há pouco referida, que remete a um processo normativo; muitos atores buscam instalar modos corretos de pensar. Da dinâmica entre normalização, institucionalização e resistência é que frutifica a necessidade de prestar atenção a como se articula o meio ambiente através de práticas e instituições nos diversos mapas ofertados para a aventura diária. Mapas que estão nos discursos e que incluem a todos que têm acesso a ele porque, em algum lugar daquele mapa-texto, estaremos discursivizados. Um complexo de sentidos do ecológico e do não ecológico, dicotomia perfeita para que o jornalismo se coloque no jogo.

Na disputa de interpretação sobre o verde, as marcas da autorreferencialidade fazem pensar a operação lugar social - lugar discursivo que, na materialidade ofertada pelas revistas, dá a ver um controle relevante no jornalismo, que interfere nos textos como uma forma de ordem e de unidade. A assinatura das revistas como sujeitos/agentes competentes emerge da pressão em revelarem-se por menos indícios de autoria, para passar ao texto a sua autoridade. Em seu sentido foucaultiano, essa autoridade pode ser percebida, principalmente, na linha editorial de um veículo, que se reflete, por exemplo, no seu tipo idealizado de leitor.

As revistas, ao se inscreverem como lugar de saber dizer, produzindo um discurso que é o jornalístico, põem em evidência outras formas de discurso pela relação com outros lugares: o discurso científico, o discurso ambientalista, o oficial, o empresarial, o do cotidiano, em posições de aderência, incorporação, distinção. O lugar discursivo, enquanto categoria de análise, serve para mostrar o movimento dos sujeitos do discurso jornalístico entre a forma-sujeito histórica (ideal), representada pelo eixo da sustentabilidade como valor, e as posições-sujeito assumidas de modo a produzir efeitos de sentido.

Quando o jornalismo discursiviza um lugar para si, obrigatoriamente se posiciona em relação a outros lugares. Construir um lugar de saber dizer, reforçado pela tríplice base do

MPS, institucional, editorial e mercadológica, indica que a vontade de verdade das revistas não está apenas no entrelaçamento democrático das vozes, mas no reconhecimento da configuração de um ator competente a enunciar soluções: avalia, categoriza, edita guias, abarca a totalidade, estampa a verdade. A manifestação editorial de um projeto como o Movimento Planeta Sustentável é o acionamento do valor do discurso do verde como valor para o jornalismo que produz o conjunto de publicações. Ilusoriamente o jornalismo dá a ver sua autonomia em dizer o que diz, como busquei evidenciar no trabalho de leitura dos cinco domínios e das marcas discursivas que emergem no dizer das revistas.

A recorrente reafirmação do seu lugar refunda a ideia de que o produto midiático mais importante é a identidade como voz autorizada, na fundação de uma comunidade discursiva, “influência” que aos meios parece passível de ser medida numericamente, em tiragens, e de ser trabalhada simbolicamente como atrativa aos anunciantes e a potenciais leitores. Há um velho modelo jornalístico de coletor de fatos e espelho social. Agora, todavia, a informação jornalística aparece como ajuda na hora de processar a informação disponível. Acionados os valores (jornalísticos e do verde), a informação processada sugere o acesso ao notável do tempo presente.

Busquei problematizar aqui o Jornalismo como lugar de realização dos conflitos em torno da questão ecológica, explorando-o para a apreensão da disputa de sentido que envolve uma racionalidade ambiental para o enfrentamento da realidade contemporânea, disputa essa na qual as revistas procuram estabelecer um papel (lugar) para si. Seu movimento é sobre as próprias bases epistemológicas da vida social, da produção científica e da validação de comportamentos, um dizer cuja ordem é marcada pela vontade de estabelecer um saber ambiental adaptado aos novos tempos, ao qual as pessoas devem aderir e, para isso, precisam saber “como” aderir.

A gramática do verde nas revistas é local de expressão das ambivalências do contemporâneo em torno da questão ecológica, fundamentalmente no que se refere ao universo das soluções válidas ou não, diante de um cenário de problemas globais e de mudanças ambientais que adquirem outro *status* discursivo a contar do acontecimento IPCC. O jornalismo coloca-se não só como espaço de realização da complexidade inerente ao debate ecológico, mas promete mais pelo lugar que intenta ocupar. A complexidade chega até a revista, que atuará como um prisma. Revestida por sua imagem de agente legitimado, fará a desestruturação dessa mesma complexidade do ponto de vista da aplicabilidade de caminhos para equacionar os problemas, tematizando-os na esfera dos comportamentos, atitudes,

soluções adequadas. Na outra via, na estruturação do que seria a atual experiência de estar no mundo, onde a perspectiva urbana e tecnológica é hegemônica – sem que deixe de falar, via alinhamento, deslocamento de sentido ou silenciamento – uma série de dizeres históricos, advindos de uma experiência tradicional de natureza, da ordem do encantamento com o mundo, uma memória em torno do discurso ecológico que irrompe pelo valor (discursivo e mercadológico) que tem e por isso é acionado.

Na leitura das reportagens acerca do tema ecológico, foi possível identificar que os campos semânticos construídos constituem esquemas de classificação ofertados enquanto modos de vivenciar a experiência e a construção de um saber atento aos valores sociais vigentes, tal como foi discutido aqui o ideal de preocupação ecológica. Do confronto com os textos das revistas, emergiram movimentos parafrásticos sobre um conflito, por exemplo, entre ciência e ambientalismo, catastrofistas e céticos, ambientalistas e agronegócio. No seio de uma ecosfera contemporânea, a comunidade discursiva alimentada pelas revistas faz ver um espaço parcial, revestido de um efeito de totalidade, entretanto, porque produzido por um sistema perito confiável, isento e comprometido com a verdade. O valor do verde torna-se passível de ser operado quando há um discurso ideal ao qual é possível acessar pelo lugar discursivo constituído por cada uma das publicações na relação com seus leitores. Demarcar um projeto editorial permite essa operação.

O respeito ao sistema natural passa a ser admitido enquanto qualidade urgente do processo de intervenção humana, baseado em índices e normatizações, dentro do que pode ser classificado como uma visão ecotecnocrática da sustentabilidade, elevado ao grau de eixo norteador de todo e qualquer projeto no âmbito político e econômico, como se a própria temática da sustentabilidade não encerrasse em si um feixe de contradições no que se refere ao seu entendimento enquanto conceito e ideal, bem como na aplicabilidade, pensando um viés pragmático.

O jornalismo de revista realiza-se em uma definitiva finalização de algo que sempre irá retornar como novo. As edições não se esgotam; todo o ano haverá um novo Guia, uma nova edição verde. O tema não se esgota porque o desdobramento temático, a partir da instituição de um projeto editorial específico, só faz aumentar e torna regular a sua profusão; as temáticas aparecerão sempre e novamente. Na sua reiteração, por mais atual ou inédita que possa parecer, está presente um valor de sustentação do dizer, em especial o do jornalismo e sua vontade de verdade, e no caso do dizer sobre o meio ambiente, do ideal da sustentabilidade. Mesmo nas exclusões, ilusórias, no apagamento de vozes, os dizeres sobre

meio ambiente mantêm na trama o fio de um valor que será sua grande “arma” como efeito de aderência para o leitor. Assim, é possível pensar o jornalismo de revista, e sua abordagem sobre meio ambiente, como uma prática temática baseada na exploração discursiva do valor dos temas que aborda, a ponto dele configurar uma vontade editorial e institucional de ser verde e, por isso, ser competente para enunciar.

A atualidade no jornalismo de revista, portanto, está não só no modo como este lida com questões do presente, mas como torna atuais, por meio de esforços temáticos, determinados enquadramentos pertinentes ao espírito do tempo em que vivemos. Justaposto, as revistas enquadram sua própria produção num jogo entre oportunidade e demanda, mercado e anseio social. Assim, a Editora Abril constituiu um primeiro quadro necessário para compreender o discurso do verde presente nas reportagens das revistas estudadas (VEJA, SUPERINTERESSANTE, EXAME, NATIONAL GEOGRAPHIC e VIDA SIMPLES). Isso porque, ao darem a ver (no dizer) o seu lugar, buscaram instituir a partilha de um mundo ético, atestado na figura de um fiador e que implica, ele mesmo, um mundo do qual são parte prenante e ao qual dão acesso.

O projeto editorial, tal como é assumido jornalisticamente no inteiror das revistas, constitui-se em um lugar discursivo que está em estreita vinculação com o lugar da competência evidenciado pelas marcas recorrentes no dizer das publicações. O lugar da competência aparece autorizado pelo poder dizer que marca a identidade do discurso jornalístico, na qual falam um contrato e um capital social, imaginariamente partilhado na formação social que congrega instituição, sujeitos jornalistas, leitores e agentes de outros Campos. Valendo-se do poder dizer, as revistas passam a acionar, na discursivização da questão ambiental, índices de precisão, no efeito pretendido de um lugar perito para, assim, constituir-se em lugar de saber dizer como elemento simbólico do contrato ecológico que também assumem diante de um compromisso universal partilhado, de perseguir soluções para as problemáticas ambientais, em sintonia com a atualidade. O ecológico, como espírito do presente, aparece apreendido na dimensão de um valor inerente para dizer o verde.

O valor adquire muitos matizes. Jornalisticamente, remete ao valor notícia, que torna o tema pauta. O valor está, ainda, na institucionalização da questão na arquitetura empresarial do grupo, colocando-o no interior da proposta editorial do conjunto das revistas, bem como deixando-o ser assumido nas particularidades de cada publicação, conforme suas especificidades de abordagem e tematização. O valor também é mercadológico, porque estabelece uma rede de interesses que se expande, inclusive, na aliança com apoiadores

externos, como citado na apresentação do MPS, no caso dos parceiros que patrocinam e no Conselho Consultivo de notáveis que estabelecerá diretrizes gerais do Movimento. A dimensão da publicidade não foi o foco aqui, mas é crescente a presença de anúncios dos mais diversos setores empresariais e governamentais nos quais o verde e a sustentabilidade são eixo temático. O valor também é discursivo, como procurei evidenciar, nas marcas que remetem ao ideal do dizer a sustentabilidade para a salvação do planeta.

O valor do verde permite uma promessa que se soma ao contrato já existente e que mantém possível o funcionamento da ordem das revistas. O lugar discursivo operacionaliza o valor identitário do Projeto no seio da prática jornalística para que seja possível operar no entremeio dos diferentes discursos e operar as posições que se assume no interior dos textos, sob efeito de um apagamento – ilusório, porém buscado – da vontade de verdade que fundamenta o dizer de cada publicação. Ter a identificação e a aderência do leitor, pelo valor do verde, permite que cada revista evidencie o saber que faz circular, gerando efeitos de sentido demarcados como fruto da consolidação de uma preocupação partilhada com a questão ecológica.

* * *

A pesquisa aqui relatada sintetiza movimentos de um percurso composto de muitas variáveis, a principal delas, a dimensão da formação para a investigação, de modo a poder percorrer outros caminhos. Dar por completo um ciclo é marcar um lugar para a dispersão, para buscar além. Finalizar, portanto, vira escolher um ponto de ruptura com a linha que vinha desenhada; uma ruptura por uma nova direção. Nela, falará não apenas o que aqui se materializou, mas o que advém das leituras do texto, que nem é mais o que foi escrito. É outro, tomaram curso diferentes sentidos. Movimento. Incessante. O conjunto de páginas revestiu-se de intervalo necessário quando a etapa recebeu o ponto final. Abriu-se um lugar para avistar tudo de novo, o mesmo e diferente, tendo em mente que o universo da pesquisa é tessitura com muitas partes sempre por completar.

Só depois de termos conhecido a superfície das coisas – conclui – nós podemos aventurar a procurar o que está por baixo. Mas a superfície das coisas é inesgotável.

Ítalo Calvino, *O senhor Palomar*

REFERÊNCIAS

- ALI, Fatima. **A arte de editar revistas**. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 2009.
- ALTHUSSER, Louis. **Aparelhos ideológicos do estado**. 2.ed. Rio de Janeiro: Graal, 1985.
- ALTHUSSER, Louis. Um processo sem sujeito nem fim. In: **Posições**. v. 1. Rio de Janeiro: Graal, 1978.
- APPADURAI, Arjun. **Modernity at large: cultural dimensions of globalization**. Minneapolis: University of Minnesota Press, 1996.
- AUGUSTI, Alexandre R. **Jornalismo e comportamento: os valores presentes no discurso da revista Veja**. Dissertação (mestrado). Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação, 2005.
- BAKHTIN, Mikhail. **Questões de literatura e de estética: a teoria do romance**. São Paulo: HUCITEC, 1998.
- BALDISSERA, Rudimar. A comunicação (re)tecendo a cultura da sustentabilidade em sociedades complexas. In: KUNSCH, Margarida M. K.; OLIVEIRA, Ivone L. (orgs.). **A comunicação na gestão da sustentabilidade das organizações**. São Caetano do Sul, SP: Difusão Editora, 2009. pp. 33-55.
- BARROS, Antônio Teixeira de; SOUSA, Jorge Pedro. **Jornalismo e ambiente: análise de investigações realizadas no Brasil e em Portugal**. Porto: Edições Universidade Fernando Pessoa, 2010.
- BAUMAN, Zygmunt. **A sociedade individualizada: vidas contadas e histórias vividas**. Rio de Janeiro: Zahar, 2008a.
- BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade líquida**. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.
- BAUMAN, Zygmunt. **Vida para consumo**. Rio de Janeiro: Zahar, 2008b.
- BECK, Ulrich. **La sociedad del riesgo global**. Madrid: Siglo XXI, 2009.
- BENETTI, Marcia. A ironia como estratégia discursiva da Revista Veja. **Líbero**, ano X, n. 20, 2007.
- BENETTI, Marcia. O jornalismo como gênero discursivo. **Galáxia** (PUCSP), São Paulo, v. 15, p. 13-28, 2008.
- BENETTI, Marcia; HAGEN, Sean . Jornalismo e imagem de si: o discurso institucional das revistas semanais. **Estudos em Jornalismo e Mídia** (UFSC), Florianópolis, v. 7, p. 123-135, 2010.
- BENSON, Rodney; NEVEU, Erik. Introduction: Field Theory as a work in progress. In: BENSON, Rodney; NEVEU, Erik. **Bourdieu and the journalistic field**. Cambridge: Polity Press, 2005. pp. 30-47.
- BERGER, Christa. **Campos em confronto: a terra e o texto**. Porto Alegre: Editora da Universidade; UFRGS, 1998.

- BOBBIO, Norberto. **A era dos direitos**. Rio de Janeiro: Campus, 1992.
- BOURDIEU, Pierre. **O poder simbólico**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1996.
- BOURDIEU, Pierre. The political field, the social science field, and the journalistic field. In: BENSON, Rodney; NEVEU, Erik. **Bourdieu and the journalistic field**. Cambridge: Polity Press, 2005. pp. 30-47.
- BRANDÃO, Helena Nagamine. **Introdução à Análise do Discurso**. 8.ed. Campinas: Editora da Unicamp, 2004.
- BREED, Warren. Controlo social na redação: uma análise funcional. In: TRAQUINA, Nelson (org.). **Jornalismo: questões, teorias e “estórias”**. 2.ed. Lisboa: Vega, 1999. pp.152-166.
- CAPORAL, Francisco Roberto, COSTABEBER, José Antônio. **Agroecologia e Sustentabilidade: Base Conceptual Para Uma Nova Extensão Rural**. Disponível em: <<http://www.ufsm.br/desenvolvimentorural/textos/13.pdf>>. Acesso em: 3 fev. 2010.
- CAPORAL, Francisco Roberto, COSTABEBER, José Antônio. Agroecologia e Desenvolvimento Rural Sustentável: perspectivas para uma nova Extensão Rural. Emater/RS, **Revista Extensão Rural**, v.1, n.1, jan.-mar. 2000.
- CAPRA, Fritjof. **As conexões ocultas: ciências para uma vida sustentável**. São Paulo: Editora Cultrix, 2002.
- CAPRA, Fritjof. **O ponto de mutação**. São Paulo, Cultrix, 1982.
- CARDOSO, Carla Rodrigues. Contributos para a história das newsmagazines. In: MARTINS, Moisés de Lemos; PINTO, Manuel (orgs.). **Actas do Congresso da Associação Portuguesa de Ciências da Comunicação**, 5. Braga: Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade (Universidade do Minho), 2008. Disponível em: <<http://www.lasics.uminho.pt/ojs/index.php/5sopcom/article/viewFile/142/138>>.
- CARSON, Rachel. **Silent Spring**. Greenwich: Fawcett, 1962.
- CASTRO-GÓMEZ, Santiago. **Althusser, los estudios culturales y el concepto de ideología**. 2000. Disponível em: <<http://www.oei.es/salactsi/castro3.htm>>. Acesso em: 23 abr. 2010.
- CHAMPAGNE, Patrick. The “double dependency”: the journalistic field between politics and markets. In: BENSON, Rodney; NEVEU, Erik. **Bourdieu and the journalistic field**. Cambridge: Polity Press, 2005. pp. 48-63.
- CHAPARRO, Manuel. **Linguagem dos conflitos**. Coimbra: Minerva, 2001.
- CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das mídias**. São Paulo: Contexto, 2006.
- CORREIA, João Carlos. **Teoria crítica do discurso noticioso: notas sobre jornalismo e representações sociais**. Covilhã, Portugal: Labcom;Universidade Beira Interior, 2009.
- CLIMA à deriva. **Imprensa**. São Paulo, ano 23, n. 252, dez. 2009.
- CORTIZO, Sergio. O IPCC e as mudanças climáticas. In: RICARDO, Beto e CAMPANILLI, Maura (orgs.). **Almanaque Brasil Socioambiental: uma nova perspectiva para entender a situação do Brasil e a nossa contribuição para a crise planetária**. São Paulo: ISA, 2007. pp. 360-362.

COURTINE, Jean-Jaques. **Metamorfoses do discurso político**: derivas da fala pública. São Carlos, SP: Claraluz Editora, 2006.

CRESPO, Samyra. Uma visão sobre a evolução da consciência ambiental no Brasil nos anos 1990. In: TRIGUEIRO, André (coord.). **Meio ambiente no século 21**. Rio de Janeiro: Sextante, 2003.

CRESPO, Samyra; VILELLA, Maria Rita. **O que as lideranças brasileiras pensam sobre mudanças climáticas e o engajamento do Brasil**. Relatório de divulgação. Rio de Janeiro: Instituto de Estudos da Religião, 2008. Disponível em: << http://www.iser.org.br/site/sites/default/files/RELATORIODIVULGACAOISERPESQUISA_MUDCLIMATICAS2.pdf>>. Acesso em: 18 jun. 2010.

DEL REY MORATO, Javier. **Crítica de la razón periodística**. Madrid: Universidad Complutense, 1998.

DOCUMENTO ABRIL ESPECIAL: **Grandes Reportagens**. São Paulo: Abril, Maio 1976.

ECHEVERRÍA LLOMBART, Begoña. **Las W's del reportaje**. Valencia: Universidad Cardenal Herrera, Funcación Universitaria San Pablo, 2004.

ESTEVES, João Pissarra. **O espaço público e os media**: sobre a comunicação entre a normatividade e a facticidade. Lisboa: Edições Colibri; FCSH-UNL, 2005.

FARO, José Salvador. **Revista Realidade, 1966-1968**: tempo da reportagem na imprensa brasileira. Canoas: Editora da Ulbra; AGE, 1999.

FERREIRA, Jairo. Mídia, jornalismo e sociedade: a herança normalizada de Bourdieu. **Estudos em Jornalismo e Mídia** (UFSC), Florianópolis, v. 2, n. 1, p. 35-44, 2005.

FERREIRA, Maria Cristina L. (org.). **Glossário de Termos do Discurso**. Porto Alegre: UFRGS. Instituto de Letras, 2005.

FISCHER, Rosa Maria. O dispositivo pedagógico da mídia: modos de educar na (e pela) TV. **Educação e Pesquisa**, São Paulo, v. 28, n.1, p. 152-162, jan.-jul. 2002b.

FISCHER, Rosa Maria Bueno. **Televisão & educação**: fruir e pensar a TV. Belo Horizonte: Autêntica, 2001.

FISCHER, Rosa Maria Bueno. Uma análise foucaultiana da TV: das estratégias de subjetivação da cultura. **Currículo sem fronteiras**, Porto Alegre, 2002a.

FISHMAN, Mark. **La fabricación de la noticia**. Buenos Aires: Ediciones Tres Tiempos, 1983.

FOUCAULT, Michel. **Arqueologia das ciências e história dos sistemas de pensamento**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2000.

FOUCAULT, Michel. **A arqueologia do saber**. 4.ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2005.

FOUCAULT, Michel. **A ordem do discurso**. São Paulo: Loyola, 1996.

FOUCAULT, Michel. **Estratégia de poder-saber**. Organização e seleção de textos de Manuel Barros da Motta. 2.ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2006.

FOUNTCUBERTA, Mar de. **La notícia**. Barcelona: Ediciones Paidós, 1993.

FRANCA, Vera. R. V. **Jornalismo e vida social**: a historia amena de um jornal mineiro. Belo Horizonte: Editora UFMG, 1998.

FRANCISCATO, Carlos E. **A fabricação do presente**: como o jornalismo reformulou a experiência do tempo nas sociedades ocidentais. São Cristóvão: Editora UFS, 2005.

FURTADO, Orleães Alan Mendonça. **O discurso do fotojornalismo independente na guerra do Iraque**. Dissertação (mestrado). Universidade do Vale do Rio dos Sinos, Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação, 2008. 259 f.

FURTADO, Celso. Os desafios da nova geração. **Revista de Economia Política**, v. 24, n. 4 (96), out.-dez. 2002.

FURTADO, Thaís. **As lacunas de sentido no discurso jornalista**: do repórter ao editor da revista Veja. Dissertação (mestrado). Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Programa de Pós-Graduação em Letras, 2000. 132 f.

GARCIA CANCLINI, Néstor. **Consumidores e cidadãos**: conflitos multiculturais da globalização. 3.ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1997.

GENRO FILHO, Adelmo. **O segredo da pirâmide**: para uma teoria marxista do jornalismo. Porto Alegre: Ortiz, 1989.

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

GIDDENS, Anthony. **As consequências da modernidade**. São Paulo: Editora Unesp, 1991.

GIL CALVO, Enrique. **El medio es el mensaje**: riesgo, incertidumbre y medios de comunicación. Madrid: Alianza Editorial, 2003.

GIL, Fernando. **Mediações**. Lisboa: Imprensa Nacional; Casa da Moeda, 2001.

GIRARDI, Ilza Maria Tourinho; MASSIERER, Carine; LOOSE, Eloisa Belling Loose; SCHWAAB, Reges. **Jornalismo Ambiental: caminhos e descaminhos**. **Anais do Encontro da Sociedade Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo**, 8, SBPJor. São Luis: UFMA, 2010.

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

GOLDEMBERG, José. O caminho até Joanesburgo. In: TRIGUEIRO, André (org.). **Meio Ambiente no Século 21**: 21 especialistas falam da questão nas suas áreas de conhecimento. Rio de Janeiro: Sextante, 2003. pp. 171-181.

GONÇALVES, Elias Machado. Três pressupostos para que o estudo do jornalismo seja levado a sério. Uma crítica a Taking Journalism seriously de Barbie Zelizer. **Pauta Geral**, v. 8, p. 155-172, 2006.

GREGOLIN, Maria do Rosário. Formação discursiva, mídia e identidades. In: INDURSKY, Freda e FERREIRA, Maria Cristina Leandro. **Análise do Discurso no Brasil**: mapeando conceitos, confrontando limites. São Carlos: Claraluz, 2007.

GRICE, Paul. Lógica e conversação. In: DASCAL, Marcelo (org.). **Fundamentos Metodológicos da Linguística**. v. IV. Campinas: Unicamp, 1982.

GRIGOLETTO, Evandra. **O discurso de divulgação científica**: um espaço intervalar. Tese de Doutorado. Programa de Pós-Graduação em Letras. Porto Alegre, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2005. Disponível em: <<http://www.biblioteca.ufrgs.br/bibliotecadigital>>.

GRUPO DE TRABALHO I. Mudança do Clima 2007: **A Base das Ciências Físicas**. Painel Intergovernamental sobre mudança climática. 2007. Disponível em <<http://www.ipcc.ch/>>. Acesso em: 3 fev. 2010.

GUGGENHEIM, Davis. **Uma verdade inconveniente**. Los Angeles: Paramount Classics / UIP, 2006. 1 DVD, 100 minutos.

HACKETT, Robert. Declínio de um paradigma? A parcialidade e a objetividade nos estudos dos media noticiosos. In: TRAQUINA, Nelson (org.). **Jornalismo**: questões, teorias e “estórias”. 2.ed. Lisboa: Vega, 1999. pp.101-130.

HANNIGAN, John. **Sociologia ambiental**. Rio de Janeiro: Vozes, 2009. (Sociologia).

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

HOBBSBAWN, Eric. **A era dos extremos**. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

IMBERT, Gérard. El discurso de la representación. In: IMBERT, Gérard; VIDAL BENEYTO, José (coord.). **El País o la referencia dominante**. Barcelona: Editorial Mitre, 1986. pp. 25-52.

INDURSKY, Freda. Da interpretação à falha no ritual: a trajetória teórica da noção de formação discursiva. In: BARONAS, Roberto Leises (org.). **Análise do discurso**: apontamentos para uma história da noção-conceito de formação discursiva. São Carlos: Pedro & João Editores, 2007. pp. 75-87.

JAMESON, Frederic. **As sementes do tempo**. São Paulo: Ática, 1997b.

JAMESON, Frederic. **Pós-modernismo**: a lógica cultural do capitalismo tardio. São Paulo: Ática, 1997a.

KUNCZIK, Michael. **Conceitos de jornalismo**: Norte e Sul. São Paulo: USP, 1997.

KUNSCH, Margarida M. K. A comunicação para a sustentabilidade das organizações na sociedade global. In: KUNSCH, Margarida M. K.; OLIVEIRA, Ivone de Lourdes (orgs.). **A comunicação na gestão da sustentabilidade das organizações**. São Caetano do Sul, SP: Difusão Editora, 2009. pp. 57-81.

LATOUR, Bruno. **Políticas da natureza**: como fazer ciência na democracia. Bauru, SP: Edusc, 2006.

LATOUICHE, Serge. **Sobrevivir al desarrollo**. Barcelona: Icaria Editorial, 2004.

LEFF, Enrique. **Epistemologia Ambiental**. 4.ed. São Paulo: Cortez, 2006.

LEIS, Héctor Ricardo. **A modernidade insustentável: as críticas do ambientalismo à sociedade contemporânea**. Petrópolis, RJ: Vozes; Santa Catarina: UFSC, 1999.

LIPOVETSKY, Giles. **A era do vazio**: ensaio sobre o individualismo contemporâneo. Lisboa: Relógio d'Água, 1989.

LOOSE, Eloisa. **Jornalista ambiental em revista: das estratégias aos sentidos**. Dissertação (mestrado). Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação, 2010.

LOOSE, Eloisa. Revistas especializadas em Meio Ambiente: A presença da Estética da Repetição e o reforço dos Estereótipos. **Matteria Primma** (Faculdades COC), v. 3, p. 38-49, 2009.

LOPES, José Sérgio Leite. Sobre processos de “ambientalização” dos conflitos e sobre dilemas da participação. In: **Horizontes antropológicos**. UFRGS. IFCH. Programa de Pós-graduação em Antropologia Social. ano 12, n. 25 (2006). Porto Alegre: PPGAS, 2006.

LUSTOSA, Elcias. **O texto da notícia**. Brasília: Editora UnB, 1996.

MAINGUENEAU, Dominique. A propósito do ethos. In: MOTTA, Ana Raquel; SALGADO, Luciana (orgs.). **Ethos discursivo**. São Paulo: Contexto, 2008. pp. 11-29.

MAINGUENEAU, Dominique. **Gênese dos discursos**. Curitiba: Criar Edições, 2007.

MAINGUENEAU, Dominique. **Os termos-chave da Análise do Discurso**. Lisboa, Gradiva, 1997.

MAINGUENEAU, Dominique. **Novas tendências em análise do discurso**. Campinas: Pontes; Editora da Unicamp, 1993.

MARIANI, Bethania. **O PCB e a Imprensa: os comunistas no imaginário dos jornais 1922-1989**. Campinas, SP: Unicamp, 1998.

MARIANI, Bethania. A Revolução de 30. In: INDURSKY, Freda e FERREIRA, Maria Cristina Leandro. **Os múltiplos territórios da Análise do Discurso**. Porto Alegre: Sagra Luzzatto, 1999.

MAZIÈRE, Francine. **Análise do discurso: história e práticas**. São Paulo: Parábola Editorial, 2007.

MEDITSCH, Eduardo. O Jornalismo é uma Forma de Conhecimento? In: **BOCC – Biblioteca On-Line de Ciências da Comunicação**, 1997. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt>>. Acesso em 15 jan. 2010.

MELO, José Marques de. **Jornalismo Opinativo: gêneros opinativos no jornalismo brasileiro**. 3.ed. Campos do Jordão: Editora Mantiqueira, 2003.

MIRA, Maria C. Cultura e segmentação: um olhar através das revistas. In: SILVA, Ana Amélia da; CHAIA, Miguel (orgs.). **Sociedade, cultura e política: ensaios críticos**. São Paulo: EDUC, 2004.

MIRA, Maria C. **O leitor e a banca de revistas: a segmentação da cultura no século XX**. São Paulo: Olho D'Água, 1999.

MOLINA, Matías. **Os melhores jornais do mundo: uma visão da imprensa internacional**. São Paulo: Globo, 2007.

MONTIBELLER FILHO, Gilberto. **O mito do desenvolvimento sustentável: meio ambiente e custos sociais no moderno sistema produtor de mercadorias**. 2.ed.rev. Florianópolis: Editora UFSC, 2004.

MORETZSOHN, Sylvia. **Pensando contra os fatos**: jornalismo e cotidiano - do senso comum ao senso crítico. Rio de Janeiro: Revan, 2007.

MORIN, Edgar. Complexidade e liberdade. In: MORIN, Edgar; PRIGOGINE, Ilya (orgs.). **A sociedade em busca de valores**. Para fugir à alternativa entre o cepticismo e o dogmatismo. Lisboa: Instituto Piaget, 1998. pp. 239-254. (Epistemologia e Sociedade, 85).

MORIN, Edgar. **Terra-Pátria**. Porto Alegre: Sulina, 2002.

MORIN, Edgar; HULOT, Nicolas. **El año I de la era ecológica**: la Tierra que depende del hombre que depende de la Tierra. Barcelona: Paidós, 2008.

MOUSINHO, Patrícia. Glossário. In: TRIGUEIRO, André (org.). **Meio ambiente no século 21**: 21 especialistas falam da questão nas suas áreas de conhecimento. Rio de Janeiro: Sextante, 2003.

NASCIMENTO, Patrícia Ceolin. **Jornalismo em revistas no Brasil**: um estudo das construções discursivas em Veja e Manchete. São Paulo: Anablume, 2002.

NAVARRO, Pedro. O pesquisador da mídia: entre a “aventura do discurso” e os desafios do dispositivo de interpretação da AD. In: **Estudos do texto e do discurso**. São Carlos: Claraluz, 2006. pp. 67-92.

O CÉREBRO DA VEJA. **Imprensa**. São Paulo, ano 22, n. 242, jan.-fev. 2009.

ORLANDI, Eni Pulcinelli. **A interpretação**; autoria, leitura e efeitos do trabalho simbólico. Petrópolis, RJ: Vozes, 1996

ORLANDI, Eni Pulcinelli. **Análise de Discurso**: princípios e procedimentos. 3.ed. Campinas: Pontes, 2001.

PARK, Robert. A notícia como forma de conhecimento: um capítulo dentro da sociologia do conhecimento. In: BERGER, Christa; MAROCCO, Beatriz (orgs.). **A era glacial do jornalismo**: teorias da imprensa, v. 2. Porto Alegre: Sulina, 2008. pp. 51-70.

PARRATT, Sonia. **Medios de comunicación y medio ambiente**. Madrid: Editorial Fragua, 2006.

PÊCHEUX, Michel. Análise automática do discurso (AAD-69). In: GADET, Françoise; HAK, Tony. **Por uma análise automática do discurso**: uma introdução a obra de Michel Pêcheux. Campinas, SP: Unicamp, 1993. pp. 61-161.

PÊCHEUX, Michel. **O discurso**: estrutura ou acontecimento. 4.ed. Campinas, SP: Pontes, 2006.

PÊCHEUX, Michel. **Semântica e discurso**: uma crítica a afirmação do óbvio. 2.ed. Campinas: Editora da Unicamp, 1995.

PEREIRA ROSA, Gonçalo Pereira. **A Quercus nas notícias**: a consolidação de uma fonte não oficial nas notícias de ambiente. Porto: Porto Editora, 2006.

PEUCER, Tobias. Os relatos jornalísticos. **Estudos em Jornalismo e Mídia** (UFSC), Florianópolis, v. 1, n.2, p. 13-30, 2004.

PONTE, Cristina. **Para entender as notícias**: linhas de análise do discurso jornalístico. Florianópolis: Insular, 2005.

PORTILHO, Fátima. **Sustentabilidade ambiental, consumo e cidadania**. São Paulo: Cortez, 2005.

PRADO, José Luiz Aidar. O perfil dos vencedores em Veja. **Revista Fronteiras**: estudos midiáticos (Unisinos), v. 5, n.2, 2003.

PRADO, José Luiz Aidar. Palavras de ordem na mídia performativa. **Anais do Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo**, 3. Florianópolis: UFSC, 2005.

PRIGOGINE, Ilya. **O fim das certezas**: tempo, caos e leis da natureza. São Paulo: Editora da Unesp, 1996.

RAMOS, Cleonice. **Ethos da revista Exame e labirintos dos gêneros constituintes**. Dissertação (mestrado). Universidade de São Paulo, Programa de Pós-Graduação em Semiótica e Linguística Geral. 2006.

REGINATO, Gisele Dotto; AMARAL, Márcia Franz. A construção discursiva da sustentabilidade na revista Vida Simples: tensionamento entre simplicidade e consumo. **Intexto** (UFRGS), Porto Alegre, v. 1, n. 22, p. 49-64, jan.-jun. 2010.

REGINATO, Gisele Dotto; AMARAL, Márcia Franz. Em busca da complexa simplicidade: dispositivos pedagógicos na revista Vida Simples. **Animus** (UFSM), Santa Maria, v. 2, p. 1, 2009.

RESENDE, Fernando. O jornalismo e a enunciação: perspectivas para um narrador-jornalista. In: LEMOS, André; BARBOSA, Marialva; BERGER, Christa (orgs.). **Narrativas midiáticas contemporâneas**. Porto Alegre: Meridional, 2006, p. 160-180.

RESENDE, Fernando. **Ausências na comunicação social e no jornalismo**: a lógica da rua. Oficina do Ces, Coimbra - Portugal, n. 197, p. 01-29, 2003. Disponível em <<http://www.ces.uc.pt/publicacoes/oficina/197/197.pdf>>. Acesso em: 13 jun. 2010.

RODRIGUES, Adriano. **Comunicação e Cultura**: a experiência cultural na era da informação. 2.ed. Lisboa: Presença, 1999.

RODRIGUES, Adriano. Delimitação, natureza e funções do discurso midiático. In: MOUILLAUD, Maurice; PORTO, Sérgio Dayrell (org.). **O jornal: da forma ao sentido**. 2.ed. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2002. pp. 217-233. (Comunicação, 2).

RODRIGUES, Adriano. O acontecimento. In: TRAQUINA, Nelson (org.). **Jornalismo**: questões, teorias e “estórias”. Lisboa: Vega, 1993. pp.91-100.

RODRIGUES, Adriano. **Seminário Campo e discurso dos media**. Apontamentos de aula. Lisboa: Faculdade de Ciências Sociais e Humanas, Universidade Nova de Lisboa, 2009.

ROMÃO, Lucília Maria Sousa. Formação discursiva e movimentos do sujeito: de como o cortador de cana é falado na mídia. In: BARONAS, Roberto Leises (org.). **Análise do discurso**: apontamentos para uma história da noção-conceito de formação discursiva. São Carlos: Pedro & João Editores, 2007. pp. 143-154.

RUBIM, Antônio C. A contemporaneidade como idade média. **Interface** – Comunicação, Saúde, Educação, v.4 , n.7, p. 25-36, 2000.

RUSCHEINSKY, Aloísio. No conflito das interpretações: o enredo da sustentabilidade. In: RUSCHEINSKY, Aloísio (org.). **Sustentabilidade: uma paixão em movimento**. Porto Alegre: Sulina, 2004.

SANTAMARINA CAMPOS, Beatriz. **Ecología y poder: el discurso medioambiental como mercancía**. Madrid: Catarata, 2006.

SANTOS, Boaventura de Sousa. **Pela mão de Alice: o social e o político na pós-modernidade**. 5.ed. São Paulo: Cortez, 1999.

SANTOS, Milton. **A natureza do espaço: técnica e tempo, razão e emoção**. São Paulo: Editora Universidade de São Paulo, 2002.

SCALZO, Marília. **Jornalismo de revista**. São Paulo: Contexto, 2004.

SCHERER-WARREN, Ilse. ONG's na América Latina: trajetórias e perfil. In: VIOLA, Eduardo et al. **Meio Ambiente, desenvolvimento e cidadania: desafios para as ciências sociais**. São Paulo: Cortez, 1995. pp. 161-180.

SCHMIDT, Luísa. **Ambiente no Ecrã: emissões e demissões no serviço público televisivo**. Lisboa: Imprensa de Ciências Sociais, 2003.

SCHWAAB, Reges . A sustentabilidade na pauta: apontamentos para a leitura deste discurso. **Conexão** (Caxias do Sul), v. 7, p. 73-95, 2008.

SCHWAAB, Reges. Edições verdes da revista Época: gramáticas ecológicas no jornalismo contemporâneo. **Intexto** (UFRGS), Porto Alegre, v. 2, n. 23, p. 202-219, jul.-dez. 2010.

SCHWAAB, Reges. **O discurso jornalístico da sustentabilidade em programas de rádio sobre meio ambiente: uma análise do quadro Mundo Sustentável e do programa Guaíba Ecologia**. Dissertação (mestrado). Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação, 2007. Disponível em: <<http://www.biblioteca.ufrgs.br/bibliotecadigital>>.

SCHWAAB, Reges; TAVARES, Frederico de Mello Brandão. Los proyectos editoriales y sus temas en la configuración de estrategias periodísticas y mercadológicas en el periodismo de revista. In: **Anais do Congreso Internacional de la Asociación Española de Investigadores de la Comunicación**, 2, 2010, Málaga. Cuaderno de Abstracts. Málaga: Asociación Española de Investigadores de la Comunicación y Universidad de Málaga, 2010. pp. 140-141.

SCHWAAB, Reges; TAVARES, Frederico de Mello Brandão. O tema como operador de sentidos no jornalismo de revista. **Revista Galáxia**, São Paulo, n. 18, pp. 180-193, dez. 2009.

SENNET, Richard. **O declínio do homem público**. As tiranias da intimidade. São Paulo: Companhia das letras, 1989.

SILVA, Gislene. Problemática metodológica em jornalismo impresso. **Rumores** (ECA-USP), São Paulo, v. 1, s/p, 2008.

SILVA, Marconi Oliveira da. **Imagem da verdade: jornalismo, linguagem e realidade**. São Paulo: Annablume, 2006.

SILVA, Maria Cristina Viñas Gomes da. **Estudo comparado do enquadramento e do discurso jornalístico sobre a Amazônia nas revistas Veja, Time e The Economist**. 2005. Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Programa de Pós-Graduação em Comunicação. 2005.

SILVERSTONE, Roger. **Por que estudar a mídia?** São Paulo: Edições Loyola, 1999.

SOLOSKY, John. O jornalismo e o profissionalismo: Alguns constrangimentos no trabalho jornalístico. In: TRAQUINA, Nelson (org.). **Jornalismo: questões, teorias e “estórias”**. 2.ed. Lisboa: Vega, 1999. pp.91-100.

SOARES, André Geraldo. **A natureza, a cultura e eu: ambientalismo e transformação social**. Blumenau: Edifurb; Itajaí: Editora da Univali, 2003.

SODRÉ, Nelson Werneck. **História da imprensa no Brasil**. 2.ed. Rio de Janeiro: Graal, 1977.

SOUSA, Jorge Pedro. **A reacção da imprensa de referência portuguesa ao Golpe de Estado de Julho de 2003 em São Tomé e Príncipe**. 2003. Disponível em: <<<http://www.bocc.ubi.pt/pag/sousa-jorge-imprensa-golpe-estado.pdf>>>. Acesso em: jan 2010.

TAVARES, Frederico de Mello Brandão. Do ethos à revistação: trajetos de uma pesquisa em desenvolvimento. **E-COM** (Uni-BH), v. 2, p. 1-17, 2009.

TAVARES, Frederico de M. B.; BERGER, Christa. Revista (verbete). In: MARCONDES FILHO, Ciro (org.). **Dicionário da Comunicação**. São Paulo: Paulus, 2009. pp. 310-311.

TEIXEIRA, Tattiana. Gonçalves. O Segredo da Pirâmide, 20 anos depois. In: Márcia Amaral (org.). **Olhares sobre o jornalismo – a contribuição de Adelmo Genro Filho**. Santa Maria: FACOS-UFSM, 2007, pp. 23-34.

THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia**. 3.ed. Petrópolis: Vozes, 1998.

THOMPSON, John B. **Ideologia e cultura moderna**. Teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa. 3.ed. Petrópolis: Vozes, 1995.

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

TRIGUEIRO, André (coord.). **Meio ambiente no século 21**. Rio de Janeiro: Sextante, 2003.

TUCHMAN, Gaye. A objectividade como ritual estratégico: uma análise das noções de objectividade dos jornalistas. In: TRAQUINA, Nelson. **Jornalismo: questões, teorias e estórias**. 2.ed. Lisboa: Vega, 1999. pp. 74-90.

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

UNEP e WMO. **Intergovernmental Panel on Climate Change: 16 Years of Scientific Assessment in Support of the Climate Convention**. 2004. Disponível em: <<http://www.ipcc.ch/>>. Acesso em 22 fev. 2010.

VARGAS, Paulo Rogério. O insustentável discurso do Desenvolvimento Sustentável. In: BECKER, Dinizar Fermiano (org.). **Desenvolvimento sustentável: necessidade e/ou possibilidade?**. 3.ed. Santa Cruz do Sul: Edunisc, 2001. pp. 226.

VAZ, Paulo B. F.; FRANÇA, Renné O. Entre o legítimo e o legitimado: a explosão dos acontecimentos nas capas de Veja. In: **Anais do XVIII Encontro Anual da Compós**. Belo Horizonte: PUC-MG, 2009.

VEIGA, José Eli. **Desenvolvimento Sustentável: o desafio do século XXI**. Rio de Janeiro: Garamound, 2005.

VIDAL BENEYTO, José. El espacio publico de referencia dominante. In: IMBERT, Gérard; VIDAL BENEYTO, José (coord.). **El País o la referencia dominante**. Barcelona: Editorial Mitre, 1986. pp. 17-24.

VILAS BOAS, Sérgio. **O Estilo Magazine: o texto em revista**. São Paulo: Editora Summus, 1996.

VIOLA, Eduardo; LEIS, Héctor. O ambientalismo multisetorial no Brasil para além da Rio-92: o desafio de uma estratégia globalista viável. In: VIOLA, Eduardo et al. **Meio Ambiente, Desenvolvimento e Cidadania: desafios para as Ciências Sociais**. São Paulo: Cortez, 1995. pp. 134-160.

VOESE, Ingo. **O movimento dos sem-terra na imprensa: um exercício de análise do discurso**. Ijuí, RS: Editora UNIJUÍ, 1997. (Ciências Sociais).

WALDMAN, Maurício. Natureza e Sociedade como Espaço de Cidadania. In: PINSKY, Jaime, PINSKY, Carla Bassanezi (orgs.). **História da Cidadania**. São Paulo: Contexto, 2003.

YÚDICE, George. **A conveniência da cultura: usos da cultura na era global**. Belo Horizonte: Editora da UFMG; 2004.

ANEXOS

ANEXO A

QUADRO A: Amostra selecionada – revistas da Abril

DATA	REVISTA	DADOS	MANCHETES	COD	
2007 Jan	1	National Geographic Brasil	Ano 7 N 82	Amazônia	1NG17
				A floresta vira fazenda	
				Existe um futuro sustentável?	
				O novo papel dos índios	
2007 Maio	2	Nova Escola	Ed 202	Cinco experiências de sucesso na educação ambiental	2NE17
	3	National Geographic Brasil	Ano 7 N 86	Fruta nativa? Como a colonização mudou a biodiversidade do Brasil e da América	3NG27
	4	Superinteressante	Ed 239	Por que duvidar de tudo que você lê sobre aquecimento global	4SU17
2007 Jul	5	Superinteressante	Ed 241	Energia Nuclear Esse vilão pode salvar a Terra	5SU27
	6	Estudo Exame Sustentabilidade	EdExtra	Estudo Exame sobre Sustentabilidade	6EX17
2007 Ago	7	Exame	Ano 41 Ed 899 N 15	Efeito etanol	7EX27
	8	Superinteressante	Ed 242	A primeira cidade verde do mundo	8SU37
2007 Set	9	Superinteressante	Ed 243	33 lugares para se conhecer antes que acabem	9SU47
2007 Out	10	Cláudia	N 553	Edição Verde	10CL17
	11	National Geographic Brasil	Ano 7 N 91	Combustíveis do futuro A cana-de-açúcar, o milho e as algas marinhas podem salvar a Terra do aquecimento global?	11NG37
				Carlos Nobre e o sonho do "Desenvolvimento Tropical"	
12	Veja	Ano 40 Ed 2031 N 42	Salvar a terra Como essa idéia triunfou	12VE17	
Militância ecológica: dos "verdes" aos radicais do "planeta sem gente"					
O que pensam os poucos (e honestos) cientistas céticos					

QUADRO A: Amostra selecionada

DATA	REVISTA		DADOS	MANCHETES	COD
2007 Nov	13	Veja	Ano 40 Ed 2036 N 47	Ecologia O plástico é o novo vilão	13VE2 7
2007 Dez	14	Exame Guia Exame 2007		Sustentabilidade	14EX3 7
	15	Superinteressante	Ed 246	Como será o fim do mundo	15SU5 7
				A praga do saco plástico	
	16	Superinteressante Edição Verde Histórica	Ed 247	A última chance de salvar a Terra O planeta tem solução. Mas não aquela em que você (e a maior parte dos ambientalistas) acredita.	16SU6 7
				Quem ganha com o aquecimento global	
				A luta pela posse do Ártico	
				Onde anda o lado ecológico de Gabeira?	
				Seja verde sem ser chato	
Uma viagem ao fundo do mar Enfim! Um carro elétrico que presta. E ele corre mais que uma Ferrari.					
2008 Jan	17	Exame Edição Verde	Ano 42 Ed 910 N 1	Em busca do carro do futuro A indústria automobilística mundial vence o maior desafio de sua história: livrar-se do caro e poluente petróleo	17EX4 8
2008 Mar	18	Exame Edição Especial: Negócios & Sustentabilidade	Ano 42 Ed 914 N 5	A Economia verde	18EX5 8
				Exclusivo: Como Jeff Immelt, presidente mundial da GE, conseguiu transformar sustentabilidade em (muito) lucro	
				Inovação. Os empreendedores brasileiros que buscam a fortuna na onda verde	
				Desenvolvimento. A cidade brasileira que une crescimento chinês e ambientalismo nórdico	
				Tendência. O lobby dos negócios verdes ganham força em Brasília	
	19	Veja	Ano 41 Ed 2052 N 11	Etanol Tudo em 70 perguntas e respostas	19VE3 8
20	Veja	Ano 41 Ed 2053 N 12	Especial Amazônia	20VE4 8	
			A verdade sobre as queimadas e o ritmo do desmatamento		
			Por que a exploração econômica não precisa ser crimonosa		

continuação

QUADRO A: Amostra selecionada

DATA	REVISTA		DADOS	MANCHETES	COD
2008 Abr	21	Veja	Ano 41 Ed 2056 N 55	Megacidades O inchaço das áreas urbanas preocupa mais que o aquecimento global	21VE5 8
2008 Maio	22	National Geographic Brasil	Edição especial	Seca, poluição: como evitar o colapso ambiental	22NG4 8
	23	Veja	Ano 41 Ed 2059 N 18	Em 50 perguntas e respostas, tudo sobre o aquecimento global	23VE6 8
	24	Veja	Ano 41 Ed 2061 N 20	Ambiente Marina Silva se foi, mas o desafio de crescer sem devastar continua	24VE7 8
2008 Jul	25	Exame	Ano 42 Ed 923 N 14	Especial Amazônia Só o desenvolvimento econômico pode exterminar o maior predador da floresta: a pobreza extrema	25EX6 8
2008 Set	26	National Geographic Brasil	Ano 9 N 102	Onde nasce a comida. O futuro da vida está sob nossos pés	26NG5 8
				Evaristo de Miranda: "O Brasil será o país da sustentabilidade"	
	27	Veja	Ano 41 Ed 2077 N 36	40 propostas para o Brasil As grandes idéias do seminário de VEJA sobre educação, ambiente e economia, imprensa, democracia, pobreza e megalópoles	27VE7 8
	28	Veja	Ano 41 Ed 2077 Edição Especial	Veja 40 anos	28VE8 8
	29	Vida Simples	Ed 70	Proteção animal Uma mulher que luta pelos elefantes	29VS1 8
Agricultura urbana					
Tudo para circular pela cidade					
30	Vida Simples Edição Especial	Ed 5	Vá de bicicleta Faz bem para a saúde, para o trânsito e para o meio ambiente	30VS2 8	
2008 Out	31	Exame Guia Exame 2008		Sustentabilidade	31EX7 8
				A lista das 20 empresas-modelo em responsabilidade social corporativa no Brasil	
				Natura – a empresa sustentável do ano	

conclusão

QUADRO A: Amostra selecionada

DATA	REVISTA		DADOS	MANCHETES	COD
2008 Nov	32	Veja	Ano 41 Ed 2085 N 44	Está faltando terra A população mundial já consome 30% a mais do que o planeta pode dar	32VE9 8
2008 Dez	33	Exame	Ano 42 Ed 932 N 23	Especial As estratégias de Michael Dell para transformar sua empresa na fabricante de computadores mais verde do planeta	33EX8 8
	34	Superinteressante	Ed 259	E se vendermos a floresta amazônica?	34SU7 8
	35	Superinteressante Edição Verde	Ed 260	O fim dos oceanos Três quartos do planeta estão virando um gigantesco lixão. A contaminação da água já ameaça nossa saúde. E os especialistas alertam: o futuro dos mares é sombrio	35SU8 8
				Cidades à prova de desastres	
				O que fazer com a poluição espacial?	
	36	Vida Simples	Ed 73	Marketing Verde	36VS3 8
37	Vida Simples	Ed 74	Turismo do bem	37VS4 8	

ANEXO B

Maiores circulações – Revistas Semanais
Janeiro a Outubro de 2008 x Janeiro a Outubro de 2007

POS	TÍTULO	EDITORA	CIRCULAÇÃO MÉDIA Jan a Out 08	PART. MERCADO % Jan a Out 08	CIRCULAÇÃO MÉDIA Jan a Out 07	PART. MERCADO % Jan a Out 07
1	Veja	Abril	1.089.041	28,99	1.102.064	29,98
2	Época	Globo	418.927	11,15	419.743	11,42
3	Istoé	Três	354.750	9,44	345.766	9,41
4	Caras	Caras	284.649	7,58	286.874	7,80
5	Ana Maria	Abril	200.350	5,33	168.214	4,58
6	Viva Mais	Abril	188.730	5,02	170.303	4,63
7	Contigo	Abril	145.309	3,87	140.580	3,82
8	Tititi	Abril	124.603	3,32	125.458	3,41
9	Malu	Alto Astral	110.059	2,93	95.396	2,60
10	Minha Novela	Abril	106.527	2,84	103.826	2,82
11	Recreio	Abril	102.533	2,73	77.002	2,09
12	Quem	Globo	86.574	2,30	92.392	2,51
13	Istoé Dinheiro	Três	69.966	1,86	67.859	1,85
14	Istoé Gente	Três	60.827	1,62	61.562	1,67
15	TV Brasil	Escala	54.072	1,44	68.240	1,86
16	Sou + Eu	Abril	50.441	1,34	51.410	1,40
17	Guia da TV	Alto Astral	50.128	1,33	54.612	1,49
18	TV Novelas	Escala	43.142	1,15	38.754	1,05
19	Revista da Semana	Abril	40.387	1,08	--	--
20	Chega Mais ¹	Símbolo	33.494	0,89	46.382	1,26
21	Sete dias com você	Escala	32.655	0,87	43.272	1,18
22	Conta Mais	Escala	32.538	0,87	32.186	0,88
23	Carta Capital	Confiança	29.600	0,79	32.497	0,88
24	Mais Feliz ²	Símbolo	18.691	0,50	22.604	0,61
25	Flash ³	Escala	12.049	0,32	13.874	0,38
26	Gênios	Alto Astral	9.592	0,26	8.203	0,22
27	Meio & Mensagem ⁴	Meio & Mensagem	6.340	0,17	6.673	0,18
Total			3.755.976		3.675.754	

Fonte: IVC – Instituto Verificador de Circulação – Total Geral – Revistas Pagas – Média por edição – Publicação Principal – Todas as publicações - (*) Excluídas edições especiais

1 – Média – jan a ago / 2008

3 – Média – jan a ago / 2008

2 – Média – jan a fev / 2008

4 – Média – jana a jun / 2008

Disponível em: <http://www.aner.org.br/Conteudo/1/artigo42424-1.asp>. Acesso em: 20 fev. 2009.

ANEXO C

Maiores circulações – Revistas Mensais
Janeiro a Outubro de 2008 x Janeiro a Outubro de 2007

POS	TÍTULO	EDITORIA	CIRCULAÇÃO MÉDIA Jan a Out 08	PART. MERCADO % Jan a Out 08	CIRCULAÇÃO MÉDIA Jan a Out 07	PART. MERCADO % Jan a Out 07
1	Nova Escola	F.V.C	453.838	4,70	410.562	5,19
2	Cláudia	Abril	409.962	4,25	400.897	5,07
3	Seleções do Reader's Digest	Reader's Digest	399.254	4,14	390.927	4,95
4	Superinteressante	Abril	355.972	3,69	338.726	4,29
5	Nova	Abril	230.680	2,39	221.754	2,81
6	Manqueim	Abril	211.915	2,20	203.257	2,57
7	Playboy	Abril	210.094	2,18	226.187	2,86
8	Boa Forma	Abril	210.048	2,18	194.374	2,46
9	Você S.A.	Abril	193.232	2,00	183.516	2,32
10	Quatro Rodas	Abril	192.359	1,99	169.233	2,14
11	Casa Cláudia	Abril	183.559	1,90	177.577	2,25
12	Saúde	Abril	181.062	1,88	172.840	2,19
13	Marie Claire	Globo	170.583	1,77	172.302	2,18
14	Guia Astral	Alto-Astral	168.552	1,75	128.266	1,62
15	Revista Monet	Globo	160.791	1,67	183.169	2,32
16	Info Exame	Abril	133.714	1,39	132.123	1,67
17	Revista Gloss	Abril	129.314	1,34	119.168	1,51
18	Galileu	Globo	126.607	1,31	130.089	1,65
19	Estilo de Vida	Abril	125.544	1,30	122.084	1,54
20	Mônica	Panini	121.745	1,26	105.238	1,33
21	Arquitetura & Construção	Abril	120.017	1,24	117.491	1,49
22	Men's Health	Abril	118.453	1,23	101.732	1,29
23	Cebolinha	Panini	109.661	1,14	95.990	1,21
24	Magali	Panini	101.172	1,05	89.333	1,13
25	Chico Bento	Panini	100.906	1,05	87.684	1,11
26	Guia da Cozinha	Alto-Astral	100.802	1,04	--	--
27	Cascão	Panini	98.516	1,02	86.126	1,09
28	Criativa	Globo	96.928	1,00	82.279	1,04
29	Astral Dia a Dia	Alto-Astral	95.184	0,99	--	--
30	Casa & Jardim	Globo	88.000	0,91	76.263	0,96
Total			3.755.976		3.675.754	

Fonte: IVC – Instituto Verificador de Circulação – Total Geral – Revistas Pagas – Média por edição – Publicação Principal – Todas as publicações / (*) Excluídas edições especiais

Disponível em: <http://www.aner.org.br/Conteudo/1/artigo42424-1.asp>. Acesso em: 20 fev. 2009.

ANEXO D

QUADRO B: Revistas e seqüências discursivas recortadas – Editoriais

	CÓD. *	REVISTA	MÊS	QTD SDs**	SDs***
1	1NG17	NATIONAL GEOGRAPHIC	Janeiro 07	3	1 - 3
2	4SU17	SUPERINTERESSANTE	Mai 07	3	4 - 6
3	5SU27	SUPERINTERESSANTE	Julho 07	7	7 - 13
4	8SU37	SUPERINTERESSANTE	Agosto 07	2	14 - 15
5	11NG37	NATIONAL GEOGR. BR	Outubro 07	3	16 - 18
8	14EX37	EXAME	Dezembro 07	11	19 - 29
6	15SU57	SUPERINTERESSANTE	Dezembro 07	1	30
7	16SU67	SUPERINTERESSANTE	Dezembro 07	5	31 - 35
9	18EX58	EXAME	Março 08	3	36 - 38
10	20VE48	VEJA	Março 08	6	39 - 44
11	25EX68	EXAME	Julho 07	3	45 - 47
12	27VE78	VEJA	Setembro 08	4	48 - 51
13	28VE88	VEJA	Setembro 08	6	52 - 57
14	30VS28	VIDA SIMPES	Setembro 08	1	58
15	31EX78	EXAME	Outubro 08	6	59 - 63
16	35SU88	SUPERINTERESSANTE	Dezembro 08	7	64 - 71
TOTAL:				71 SDs	

* Código da edição da revista no conjunto da amostra

** Quantidade de seqüências discursivas recortadas na edição

*** Numeração atribuída às seqüências discursivas recortadas

QUADRO C: Participação das revistas no percentual total de seqüências discursivas - Editoriais

REVISTA	QTD* [*]	QTD SDs**	%***
VEJA	3	16 SDs	23%
SUPERINTERESSANTE	5	25 SDs	35%
EXAME	4	23 SDs	33%
NATIONAL GEOGR. BR	2	6 SDs	8%
VIDA SIMPLES	1	1 SD	1%
TOTAL:		71	100%

* Quantidade considerando as 16 edições que forneceram recorte

** Quantidade de seqüências discursivas de cada revista

*** Percentual considerando o total de 71 seqüências discursivas

ANEXO E

QUADRO D: Revistas e seqüências discursivas recortadas – Reportagens

CÓD.*	REVISTA	MÊS	SDs**	TP***	%****
12VE17	VEJA	Outubro 07	72 - 99	116 SDs	23%
13VE27	VEJA	Novembro 07	100 - 107		
19VE38	VEJA	Março 08	108 - 111		
20VE48	VEJA	Março 08	112 - 151		
21VE58	VEJA	Abril 08	152 - 155		
23VE68	VEJA	Mai 08	156 - 163		
24VE78	VEJA	Mai 08	164 - 172		
27VE78	VEJA	Setembro 08	173 - 180		
28VE88	VEJA	Setembro 08	181 - 184		
32VE98	VEJA	Novembro 08	185 - 188		
4SU17	SUPERINTERESSANTE	Mai 07	189 - 211	89 sdS	17%
5SU27	SUPERINTERESSANTE	Julho 07	212 - 241		
8SU37	SUPERINTERESSANTE	Agosto 07	242 - 247		
15SU57	SUPERINTERESSANTE	Dezembro 07	248 - 253		
16SU67	SUPERINTERESSANTE	Dezembro 07	254 - 269		
34SU78	SUPERINTERESSANTE	Dezembro 08	270 - 272		
35SU88	SUPERINTERESSANTE	Dezembro 08	273 - 278		
14EX37	EXAME	Dezembro 07	279 - 333	213 SDs	42%
17EX48	EXAME	Janeiro 08	334 - 344		
18EX58	EXAME	Março 08	345 - 380		
25EX68	EXAME	Julho 08	381 - 421		
31EX78	EXAME	Outubro 08	422 - 483		
33EX88	EXAME	Dezembro 08	484 - 492		
1NG17	NATIONAL GEOGR. BR	Janeiro 07	493 - 528	61 SDs	12%
3NG27	NATIONAL GEOGR. BR	Mai 07	529 - 530		
11NG37	NATIONAL GEOGR. BR	Outubro 07	531 - 546		
26NG58	NATIONAL GEOGR. BR	Setembro 08	547 - 554		
29VS18	VIDA SIMPLES	Setembro 08	555 - 557	28 SDs	6%
30VS28	VIDA SIMPLES	Outubro 08	558 - 574		
36VS38	VIDA SIMPLES	Dezembro 08	575 - 581		
37VS48	VIDA SIMPLES	Dezembro 08	582 - 583		
TOTAL:				512 SDs	100%

* Código da edição da revista no conjunto da amostra

** Numeração atribuída às seqüências discursivas recortadas da edição

*** Total de seqüências discursivas recortadas da revista

**** Percentual considerando o total de 512 seqüências discursivas recortadas das reportagens

ANEXO F

Exemplos de Mídias do Planeta Sustentável

 **BANCO REAL**
ABN AMRO
APRESENTA
 **PLANETA**
www.planetasustentavel.com.br

Programa de Sustentabilidade na Construção Civil. Para o Banco Real, chegou o momento de investir nessa obra.



Qual é o primeiro passo?

Estamos lançando o Programa de Sustentabilidade na Construção Civil. Ele tem como objetivo reorientar a relação entre o Banco e o setor no Brasil para que se leve em conta, além dos aspectos financeiros, os aspectos sociais e ambientais nos negócios imobiliários.

O que é o Programa de Sustentabilidade na Construção Civil?

O programa tem três pilares fundamentais: o que todos gostamos fazendo negócios sustentáveis. São eles: o Real Obra Sustentável, ações para Engajamento do Setor e uma estratégia de produtos sustentáveis para o mercado Brasil.

Como funciona o Real Obra Sustentável?

É um processo de avaliação de obras que inclui uma seleção técnica avaliando o aspecto sustentável das construções. Obras que se destacam podem receber uma placa classificando-se como sustentáveis. Tem o objetivo de funcionar como fonte de inspiração e não como fator de restrição.

A mobilização do setor:

Uma tarefa é fundamental para que qualquer iniciativa sustentável seja bem sucedida.

O Banco Real está programando eventos e palestras que estimulam o mercado de obras ambientais e construções mais sustentáveis.

E o consumidor?

Temos focadamente diferenciados para produtos sustentáveis. E buscamos sempre ampliar esse portfólio, sempre em sintonia com a nossa política de gestão, para benefícios de nossos clientes e do mercado.

O que a sociedade ganha com isso?

Para os construtores, sustentabilidade é uma oportunidade de poder atingir o cliente e fazer em suas obras, além de uma oportunidade de se diferenciar para estar cada vez mais competitivo. Para quem compra um imóvel, é um mecanismo de consumo consciente e uma possível economia no pagamento de condomínio, água e luz. E para o planeta é a certeza de obras com menos impactos para o meio ambiente.

E nós do Banco Real, o que ganhamos?

Estivemos com o setor imobiliário, fortalecendo nossa relação e hoje pensando também no amanhã.

Se quiser saber mais sobre como participar na construção civil, acesse
www.bancoreal.com.br/sustentabilidade

É hora de reinventar. Vem com a gente!

CONTEÚDO PUBLICITÁRIO
Fazendo mais que o possível


 **Abril**
APRESENTA
 **PLANETA**
sustentável
www.planetasustentavel.com.br



Quem lê aprende, conhece, descobre, vive o tempo, se diverte. Abre os olhos para o mundo e consegue até se emocionar melhor, entender o que passa no cotidiano. A Abril acredita nisso e investe na produção de conteúdo de qualidade. Mas não é só o que ela faz. Além de publicar centenas de títulos de revistas, livros, coleções e estar presente também na internet e na televisão, o Grupo faz questão de atuar em favor da leitura, da educação e do desenvolvimento por meio de projetos que mobilizam possibilidades e potencializam ainda mais a força de cada palavra.

Estimular o gosto pela leitura é promover a reciclagem de idéias e de alternativas para a sustentabilidade.

O projeto REVISTECA é um deles: consiste na doação de revistas e na formação de espaços de leitura em bibliotecas de bairro comunitários e escolas da rede pública de ensino. A primeira REVISTECA foi inaugurada em 2005, na Grande São Paulo e, desde então, mais de 200 entidades participam do programa, que está presente em todos os estados brasileiros.

O incentivo à leitura também é o objetivo de outras ações realizadas pela Abril e parceiros. LETRAS DE LUZ beneficia 51 municípios com oficinas de leitura, operações teatrais e doação de livros literários. Na CAMPAINHA DE DESARMAMENTO INFANTIL, armas de brinquedo são trocadas por revistas infantis. O foco, além do estímulo à leitura, é a redução de perigo. E através da parceria da Abril atuamos em ações: o PROJETO ENTORNO atinge produtores e milhares de alunos de escolas públicas, com a formação de educadores, doação de livros e a participação de voluntários da empresa em circuitos de leitura e atividades com contadores de histórias.

Educação, cultura, informação e entretenimento são a base do nosso negócio. Fazer com que sejam ferramentas para a construção de um mundo mais saudável, mais justo e mais feliz é o nosso ideal.



www.planetasustentavel.com.br
Construindo o futuro e melhorando o mundo. Fazendo mais que o possível.


Abril APRESENTA **PLANETA Sustentável**

www.planetasustentavel.com.br



Desde 1950 a Abril trabalha por um mundo melhor. Informando, difundindo cultura, contribuindo para o progresso da educação e da qualidade de vida, promovendo na sociedade um valorização de ser humano e suas experiências.

A vocação para a informação e o conhecimento faz parte do DNA da Abril e ganha agora uma nova dimensão com a sua participação no projeto PLANETA SUSTENTÁVEL.

Essa é mais uma das ações realizadas pela Abril ao longo de sua história e favor do desenvolvimento sustentável em todos os níveis.

Atuar hoje com os olhos no amanhã.

Quando o conceito de sustentabilidade ainda não fazia parte do cotidiano e das discussões da sociedade brasileira, a Abril fez um primeiro grande passo de responsabilidade social criando a Fundação Vitor Civita, que influenciou decisivamente no melhoria da educação básica no país. Também desenvolveu projetos e disponibilizou recursos para várias iniciativas, em diferentes formas, da preservação de meio ambiente ao investimento de talentos e à promoção de cidadania.

A partir de hoje, mais do que produzir conteúdo educacional, criar uma biblioteca sobre o assunto, promover debates e debates sobre o tema, a Abril vai renovar, em suas revistas e no site www.planetasustentavel.com.br, ações relevantes para esse tema. São iniciativas que poderão contribuir para o debate, mostrar, despertar consciência e gerar experiências. Seja no universo das grandes corporações, seja no dia-a-dia de cada pessoa, o objetivo aqui é impulsionar uma grande mobilização pela sustentabilidade.

Com o PLANETA SUSTENTÁVEL a Abril dedica a sua preocupação com o planeta e com as futuras gerações. E coloca toda a sua força de comunicação na separação de um grande desafio: contribuir para um mundo melhor.



Accessar o site www.planetasustentavel.com.br Conheça as ações da Abril pela sustentabilidade e saiba como você também pode ser um agente transformador.

Abril

BUNGE APRESENTA **PLANETA Sustentável**

www.planetasustentavel.com.br

Como plantar um futuro sustentável

Fornecer alimentos à crescente população global é um dos principais objetivos do milênio. Para a Bunge, melhorar a vida das pessoas, aprimorando a cadeia global de alimentos e o agronegócio, é a forma de dar sua contribuição

A medida que a população mundial cresce, crescem também as responsabilidades de cada um sobre o destino do planeta. Todos nós – indivíduos, empresas, governos e sociedade civil – temos uma contribuição a dar para tornar o lugar onde vivemos mais justo, tanto do ponto de vista econômico, quanto social e ambiental. Você contribui usando os recursos naturais sem desperdício, reciclando materiais e preservando a natureza. Nós, da Bunge, também procuramos fazer a nossa parte. Com 100 anos de história no Brasil, a década sétima marca mais valiosa do país (empresa da Brand Finance) tem colaborado para o desenvolvimento sustentável antes mesmo de esse termo virar moda.

Seja na área alimentícia, fabricando alimentos produzidos mais conhecidos e queridos do brasileiro, seja no setor de fertilizantes, ajudando a melhorar a produtividade e a segurança no campo, a Bunge aposta na gestão responsável e nos compromissos de longo prazo como forma de obter o sucesso empresarial e ajudar no crescimento do país.

Um século de iniciativas sociais

Investir em iniciativas em escolas públicas como o programa Campanha Educacional, que beneficia anualmente com a doação de 8 mil alunos e 800 professores em sete estados brasileiros.

Formação de educadores: Ações direcionadas para professores da rede pública de ensino, como o programa Rec-Citar - A Pedagogia do Brasil, que já contribuiu com a formação de mais de 11 mil educadores.

Incentivos à excelência: A faculdade em talento por meio do Fórum Fundação Bunge, voltado à produção científica, que em mais de 50 anos já homenageou a cerca de 150 personalidades de Ciência, Letras e Artes, Direito, e do Fórum Pedagogia do Brasil, de voluntários e educadores de ensino fundamental da rede pública, que, desde 1995, já reconheceram o trabalho de 145 professores.

Programa Bem-Estar Bunge: 1 mil e 600 ações da Bunge fortalecem beneficiários com atividades de autocuidado, saúde, lazer e cultura.

Programa Bunge Vida: Ações desenvolvidas, saltem e atuadas para a qualidade de vida de mais de 7 mil funcionários, famílias e comunidades vizinhas da Bunge Alimentos.




Respeito ao meio ambiente

Água e Energia Prioridade para o uso de recursos hídricos, com unidades realizando até 90% da água consumida, além de 85% da energia consumida vem de fontes renováveis.

Carbono: Programa de redução de 90 mil toneladas na emissão de CO₂ entre 2003 e 2009.

Biodiversidade: Programa de Conservação de Cerrado, conciliando a agricultura com a criação de corredores de biodiversidade, por meio da educação do produtor rural.

Mais de 180 mil hectares já foram atingidos.

Resíduos: Programa de Reciclagem de 60 mil toneladas de resíduos que já atingiram mais de 22 mil famílias.

Restauramento: Plantio de 8 mil hectares de áreas restauradas, Reservas e reflorestamento. A Bunge mantém 4 mil hectares de áreas preservadas de Mata Atlântica, em Cajati (SP), Anápolis (GO) e Caspar (SC).

Centros de Educação Ambiental: Mais de 70 mil pessoas atendidas, entre colaboradores, estudantes e produtores em estados de Minas Gerais, São Paulo e Santa Catarina.

102 anos de história no Brasil

14 mil colaboradores em todo o mundo

R\$ 1 bi em negócios no Brasil

US\$ 2,3 bi em exportações

MANAH Serrana OUIROVERDE Delícia Primor soya Cytis

BUNGE DO CAMPO À SUA MESA


APRESENTA


www.planetasustentavel.com.br



Antes de desempenhar seu papel principal - produzir conteúdo, informar e divertir - a Abril está cada vez mais envolvida em projetos que contribuem para a preservação do meio ambiente e da qualidade de vida de milhões de brasileiros.

Com palavras e atitudes, plantar um futuro verde.

Clickavore
Um dos mais bem-sucedidos projetos de restauração florestal da paisagem da unidade da ONG SOS Mata Atlântica e Instituto Ambiental Vidúgia com o Grupo Abril. Desde sua criação, no ano 2000, até hoje, mais de 13 milhões de mudas de árvores foram doadas em 9 estados do Brasil a partir da colaboração dos internautas. Você também pode fazer sua doação www.clickavore.com.br

Praça Victor Civita
Este projeto pioneiro do Grupo Abril em parceria com a Prefeitura Municipal de São Paulo revitalizou uma área cercada para uso público. No espaço, eventos de lazer, esporte, educação e cultura dão a visitantes refletir e aprender sobre sustentabilidade.

Prêmio Planeta CASA
Desde 2012, a revista CASA CLAUDIA destaca projetos, ações e produtos ligados ao meio e que são ambientalmente sustentáveis.

Operações Industriais
A Gráfica Abril há tempos mobiliza-se para reduzir e racionalizar o uso de água, dar tratamento adequado aos resíduos e utilizar de forma eficiente qualquer tipo de energia em suas operações.

Estes projetos e outras ações da Abril, como a coleta seletiva em suas dependências e a compra de papel certificado originário de reflorestamento para suas publicações, são passos confiantes rumo futuro melhor.

www.planetasustentavel.com.br
 Confira mais sobre essas iniciativas. Seja também um agente transformador.




APRESENTA


www.planetasustentavel.com.br

Sinfonia

das estações

O Espaço Cultural CPFL convidou compositores para transformar em acordos o verão, o outono, o inverno e a primavera do século XXI

Os artistas são as antenas da humanidade. Percebem as situações, apresentam e expressam em suas obras o que a maior parte da população só vai perceber adiante. A arte, assim, é capaz de alertar o mundo sobre os desastres do futuro. Quando cultivada, a imaginação é o antídoto para a desumanidade.

Ignácio de Loyola Brandão, por exemplo, publicou Não resta mais nenhum em 2011. Desertificação, poluição, doenças provocadas por exposição solar, temas tão familiares ao nosso século, são alguns dos assuntos abordados na obra. Vinte e três, o livro fala de uma época em que árvores e água seriam peças de museu. Foi uma previsão daquilo que a ciência só alertou duas décadas mais tarde.

Loyola Brandão e o jornalista especializado em meio ambiente Washington Neves encontraram-se na 12ª Jornada Nacional de Literatura de Passo Fundo (RS), realizada no final de agosto. Ambos aproveitaram os 25 anos da publicação para discutir o futuro da humanidade e do clima no planeta num painel de debates promovido pela CPFL Energia.

Presenteados pelo escritor, as mudanças climáticas afetam profundamente a vida na Terra. Diante as consequências causadas pelo superaquecimento, o foco do diálogo clara entre os quatro estações do ano é uma das mais preocupantes, ainda mais porque vem sendo percebida em vários locais do mundo.

Nesse sentido, a CPFL vai promover em novembro a série de concertos de Quatro Estações de Vivaldi e Piazzolla à Pós-Modernidade. A série é reunida as obras dos autores clássicos com novas leituras de composições brasileiras contemporâneas, que expressam musicamente seus sentimentos sobre o verão, o outono, o inverno e a primavera do século XXI. Cada trabalho vai ser dedicado a uma estação. Confira a programação e participe.

3 de novembro, 20h

Vivaldi
Concerto para violino, cordas e contrabaixo, opus 8/3

Piazzolla
Vivace Partita

Edmundo Villad-Cortés
Estreia de O Verão do Século XXI

10 de novembro, 20h

Vivaldi
Concerto para violino, cordas e contrabaixo, opus 8/3

Piazzolla
Cinco Partitas

Sílvia de Lacerda
Estreia de O Outono do Século XXI

24 de novembro, 20h

Vivaldi
Concerto para violino, cordas e contrabaixo, opus 8/4

Piazzolla
Vivace Partita

Edson Zamporê
Estreia de A Primavera do Século XXI



CONTÉUDO PUBLICITÁRIO



ANEXO G

Exemplos de Manifestos do Planeta Sustentável

VEJA O QUE ESTÁ ACONTECENDO E O QUE VOCÊ PODE FAZER EM
www.planetasustentavel.com.br



PLANETA
sustentável
o futuro a gente faz agora



**NÃO COMPRE
GATO POR
LEBRE**

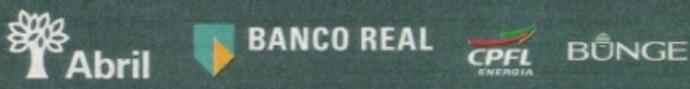
Seu consumo pode mudar o mundo

**Por que devemos aprender a consumir
produtos que duram mais?
Para promover a sustentabilidade**

Ao preferir o consumo de produtos locais e mais duráveis você contribui para o bem-estar do planeta, gerando menos CO₂, a causa principal do aquecimento global.

Confira nas páginas a seguir mais um exemplo de sustentabilidade e entenda por que ela é fundamental para uma vida melhor.

É PRECISO FAZER ALGO. É POSSÍVEL FAZER MUITO. E DEVEMOS FAZER JÁ.



Fale Conosco: planetasustentavel@abril.com.br

VEJA O QUE ESTÁ ACONTECENDO E O QUE VOCÊ PODE FAZER EM
www.planetasustentavel.com.br



PLANETA
sustentável
o futuro a gente faz agora

FECHE A TORNEIRA!

As áreas afetadas por secas severas já representam um terço do planeta

Qual a relação entre o aumento da biodiversidade em torno dos icebergs e o uso racional da água? A importância de entender a sustentabilidade.

De acordo com a ONU, cerca de 3,5 bilhões de pessoas podem enfrentar dificuldades para encontrar água até o ano de 2025. Previsões indicam que, com a seca de aquíferos, redução de rios e aumento de áreas áridas, o acesso à água potável se tornará um sério problema.

Confira a seguir mais um exemplo de sustentabilidade e entenda por que ela é fundamental para uma vida melhor.

É PRECISO FAZER ALGO. É POSSÍVEL FAZER MUITO. E DEVEMOS FAZER JÁ.



idéias inovadoras em ambiente, energia, negócios, urbanismo, consumo, lixo, desenvolvimento, saúde e educação

VEJA O QUE ESTÁ ACONTECENDO E O QUE VOCÊ PODE FAZER EM
www.planetasustentavel.com.br



22 DE SETEMBRO é o dia mundial sem carro!
Junte-se a nós. Faça essa ideia circular!

Neste dia, milhões de motoristas vão deixar o carro na garagem e se locomover a pé, de bicicleta ou através do transporte público. O que isso tem a ver com as condições de trabalho nas fábricas chinesas?

A importância de pensar na sustentabilidade.

É PRECISO FAZER ALGO. É POSSÍVEL FAZER MUITO. E DEVEMOS FAZER JÁ.

AbriL **BANCO REAL** **CPFL** **BÔNGE**
ideias inovadoras em ambiente, energia, negócios, urbanismo, consumo, lixo, desenvolvimento, saúde e educação

VEJA O QUE ESTÁ ACONTECENDO E O QUE VOCÊ PODE FAZER EM
www.planetasustentavel.com.br



Amazônia para sempre
só teremos a floresta se soubermos cuidar dela

Depende da Amazônia metade da chuva que cai em São Paulo.
O brasileiro consome a maior parte da madeira colhida na floresta.

É preciso conhecê-la melhor para que ela seja respeitada, amada e produtiva

Preservação não é o contrário de prosperidade. Preservar é um requisito do desenvolvimento

É hora de criar condições para uma nova economia da floresta, que valorize sua biodiversidade única

O estado deve ser mais presente, com políticas públicas e fazendo valer a legislação florestal

O futuro da Amazônia depende também da qualidade de vida que sua população tem agora

Agora mesmo e ao longo dos próximos meses, 55 revistas e 33 sites da Abril vão tratar desses temas em profundidade e criar um espaço de diálogo que nos ajude a fazer deste um mundo melhor, ecologicamente correto, economicamente viável, socialmente justo e culturalmente aceito.

É PRECISO FAZER ALGO. É POSSÍVEL FAZER MUITO. E DEVEMOS FAZER JÁ.

www.planetasustentavel.com.br

ideias inovadoras em ambiente, energia, negócios, urbanismo, consumo, lixo, desenvolvimento, saúde e educação

AbriL **BANCO REAL** **CPFL** **BÔNGE**

VEJA O QUE ESTÁ ACONTECENDO E O QUE VOCÊ PODE FAZER EM
www.planetasustentavel.com.br



plante diversidade
Todas nós dependemos da biodiversidade em nosso cotidiano, mesmo e sem perceber.

Qual a relação entre os criatórios de camarão no nordeste do Brasil e a preservação dos tigres de Bengala?
A importância de entender a sustentabilidade.

Ecosistemas estão se transformando e, em muitos casos, degradados de forma irreversível. O crescimento da população mundial e o consumo exagerado aumentaram a demanda por recursos naturais, afetando diretamente as diversas formas de vida no planeta.

Confira a seguir mais um exemplo de sustentabilidade e entenda por que ela é fundamental para uma vida melhor.

É PRECISO FAZER ALGO. É POSSÍVEL FAZER MUITO. E DEVEMOS FAZER JÁ.

AbriL **BANCO REAL** **CPFL** **BÔNGE**
ideias inovadoras em ambiente, energia, negócios, urbanismo, consumo, lixo, desenvolvimento, saúde e educação

VEJA O QUE ESTÁ ACONTECENDO E O QUE VOCÊ PODE FAZER EM
www.planetasustentavel.com.br



A SOLUÇÃO TAMBÉM ESTÁ NAS SUAS MÃOS
Traz os saquinhos de plástico por sacolas de papel

O que o consumo de milhões de sacolinhas plásticas tem a ver com a extinção do sapo-dourado da Costa Rica?
A importância de pensar na sustentabilidade.

Todo ano, são produzidos no país cerca de 200 mil toneladas de plástico filme, utilizado em saquinhos de supermercados. Desse total, apenas 17% é reciclado. Os saquinhos de plástico levam centenas de anos para se decompor e dificultam a compactação do lixo. Confira nas páginas a seguir mais uma discussão de sustentabilidade e entenda por que ela é fundamental para uma vida melhor.

É PRECISO FAZER ALGO. É POSSÍVEL FAZER MUITO. E DEVEMOS FAZER JÁ.

AbriL **BANCO REAL** **CPFL** **BÔNGE**
ideias inovadoras em ambiente, energia, negócios, urbanismo, consumo, lixo, desenvolvimento, saúde e educação

Exemplos de Manifestos do Planeta Sustentável

conclusão

VEJA O QUE ESTÁ ACONTECENDO E O QUE VOCÊ PODE FAZER EM www.meuplanetinha.com.br

PLANETA sustentável
o futuro a gente faz agora

A SOLUÇÃO também está nas suas mãos
Tire os saquinhos de plástico por sacolas de papel

O que o consumo de milhões de sacolinhas plásticas tem a ver com a extinção de uma espécie de sapo na Costa Rica?
Qualquer ação do homem afeta o ambiente e por isso é tão importante pensar na sustentabilidade.

Todo ano são produzidas no Brasil cerca de 200 toneladas de plástico para fazer saquinhos. Eles levam centenas de anos para se decompor e poluem o solo, os rios e mares. Se todos colaborarem, será mais fácil preservar a natureza e garantir espaço, água e alimento para diferentes espécies. Confira mais informações sobre o assunto e entenda como ajudar a melhorar a vida na Terra.

É PRECISO FAZER ALGO. É POSSÍVEL FAZER MUITO. E DEVEMOS FAZER JÁ.

Abril | BANCO REAL ABN AMRO | CPFL | BONGE

ideias inovadoras em ambiente, energia, negócios, urbanismo, consumo, lixo, desenvolvimento, saúde e educação

VEJA O QUE ESTÁ ACONTECENDO E O QUE VOCÊ PODE FAZER EM www.planetasustentavel.com.br

PLANETA sustentável
o futuro a gente faz agora

plante diversidade
Todos nós dependemos da biodiversidade no nosso cotidiano, mesmo sem perceber.

Qual a relação entre os criatórios de camarão no nordeste do Brasil e a preservação dos tigres de Bengala?
A importância de entender a sustentabilidade.

Ecosistemas estão se transformando e, em muitos casos, degradados de forma irreversível. O crescimento da população mundial e o consumo exagerado aumentaram a demanda por recursos naturais, afetando diretamente as diversas formas de vida no planeta.

Confira a seguir mais um exemplo de sustentabilidade e entenda por que ela é fundamental para uma vida melhor.

É PRECISO FAZER ALGO. É POSSÍVEL FAZER MUITO. E DEVEMOS FAZER JÁ.

Abril | BANCO REAL ABN AMRO | CPFL | BONGE

ideias inovadoras em ambiente, energia, negócios, urbanismo, consumo, lixo, desenvolvimento, saúde e educação

PLANETA sustentável
o futuro a gente faz agora

A Superinteressante participa do Planeta Sustentável

Este e outros 35 títulos da Editora Abril também fazem parte do movimento, que busca soluções e inovações para um futuro melhor

Abril | BANCO REAL ABN AMRO | CPFL | BONGE | 6 | MIN PETROBRAS

ideias inovadoras em ambiente, energia, negócios, urbanismo, consumo, lixo, desenvolvimento, saúde e educação

VEJA O QUE ESTÁ ACONTECENDO E O QUE VOCÊ PODE FAZER EM www.planetasustentavel.com.br

PLANETA sustentável
o futuro a gente faz agora

Sujeira e água não combinam

Um terço da poluição do rio Tietê, em São Paulo, tem origem no lixo jogado nas ruas.
Nós podemos mudar essa situação. O primeiro passo é depositar o lixo no lugar certo.

Abril | BANCO REAL ABN AMRO | CPFL | BONGE | 6 | MIN PETROBRAS

ideias inovadoras em ambiente, energia, negócios, urbanismo, consumo, lixo, desenvolvimento, saúde e educação

VEJA O QUE ESTÁ ACONTECENDO E O QUE VOCÊ PODE FAZER EM www.planetasustentavel.com.br

ANEXO H

Sequências discursivas - textos editoriais

	1 VEJA	2 SUPERINTERESSANTE	3 EXAME	4 NATIONAL GEOGR.	5 VIDA SIMPLES
A REVISTA	<p>A reportagem de VEJA se propõe a explicitar o que há de confiável e verdadeiro em meio à selva de números e análises conflitantes que são divulgados frequentemente sobre o estado de conservação da mais extraordinária malha de vida vegetal e animal da Terra. 20VE48sd40</p>	<p>Para fazer revista boa é obrigatório ficar de olho nas melhores publicações que existem. Nós aqui na SUPER assinamos várias revistas do mundo todo e, como adoramos revistas, passamos horas admirando a qualidade do texto, a precisão da reportagem, o brilho das análises, a força do design. E aprendemos com tudo isso. 4SU17sd4</p>	<p>Tirar uma ideia da cabeça e colocá-la no papel com a missão de fazê-la prosperar é um dos maiores desafios que um editor pode ter. E com a ideia do guia nas mãos, saimos em busca de modelos internacionais que pudessem nos indicar caminhos. Logo descobrimos que esses modelos não existiam e que precisaríamos começar tudo do zero – da metodologia, durante anos baseada nos indicadores do Instituto Ethos, ao modelo de inscrição; do conteúdo das reportagens aos critérios de premiação. 14EX37sd19</p>	<p>A preservação das florestas que restam no mundo requer diálogo equilibrado e ação conscienciosa. Em nenhuma outra parte isso é tão importante quanto na Amazônia brasileira. Espero que a reportagem de capa contribua para esse debate. 1NG17sd3</p>	<p>E para que essa história não fique só nas mãos dos governos ou dos revolucionários, nesta edição especial de VIDA SIMPLES tentamos responder aos principais anseios e dúvidas de pessoas comuns, como nós e você, e dar dicas essenciais para quem quer começar a ser um ciclista urbano – ou até um cicloturista. 30VS28sd58</p>
NOSSO JORNALISMO	<p>Os repórteres de VEJA levaram em conta esses contrastes entre glebas amazônicas com solo rico em nutrientes, propícias à ocupação humana, e outras de terreno arenoso cuja vocação natural única é ser para sempre floresta. Sem essa distinção, as reportagens sobre a Amazônia tendem a ser tão impenetráveis quanto a própria mata. 20VE48sd41</p> <p>VEJA espera que esta grande reportagem contribua efetivamente para que a Amazônia continue despertando temor e admiração para sempre. 20VE48sd42</p> <p>Ideias contam. Ao longo de 40 anos, que se completam nesta quinta-feira, dia 11 de setembro, VEJA foi movida por essa convicção. Na terça-feira passada, a crença nas ideias norteou a realização do seminário “O Brasil que Queremos Ser”, que se</p>	<p>O Dewa passou uns 20 dias trabalhando duro na imagem, e o resultado foi primoroso. 4SU17sd5</p> <p>Fazer revista boa tem dessas coisas também. Existe inquietude constante para não satisfazer com nada menos do que a perfeição. 4SU17sd6</p> <p>A SUPER, aliás, nasceu naquele mesmo 1987. Não à toa, é a primeira grande revista do Brasil a levar a sério temas ambientais. Nos últimos 20 anos a SUPER inaugurou no país boa parte das discussões sobre a devastação do planeta. Nada mais natural que sejamos os primeiros a mostrar que está na hora de olhar a energia nuclear com outros olhos. 5SU27sd11</p> <p>É por isso que na</p>	<p>E foi dessa vontade da redação de fazer algo completamente novo que o guia nasceu. E foi da certeza de que a atitude responsável das empresas não era, como os cétricos afirmavam, mero modismo que ele cresceu e se consolidou, nestes últimos oito anos, como a mais importante publicação sobre o assunto no país. 14EX37sd20</p> <p>[...] tentamos acompanhar a tremenda evolução da responsabilidade social corporativa no Brasil e no mundo. Muitas das ideias iniciais foram reformuladas. Só uma coisa não mudou desde então: nossa crença de que a</p>		

	<p>dividiu em seis painéis: Educação, Meio Ambiente, Economia, Imprensa, Democracia, Raça e Pobreza e Megacidades. Os debates deram origem às 40 propostas que se encontram nas próximas páginas. Elas não pretendem ser uma receita final de país, mas o começo de uma discussão racional, suprapartidária e realista a respeito dos entraves que ainda impedem o Brasil de atingir seu potencial pleno de progresso. 27VE78sd48</p> <p>VEJA não considera encerrado o trabalho a que se propôs com o Seminário “O Brasil que Queremos Ser”, cujos melhores momentos podem ser vistos no site www.veja40anos.com.br. Também no site a discussão se manterá acesa e você, leitor, está convidado a continuar participando. 27VE78sd50</p> <p>Nos próximos meses, VEJA levará os painéis com os temas e as conclusões do seminário debates em diversas universidades brasileiras. A revista vai conferir periodicamente, por meio de reportagens e entrevistas, o grau de aceitação de cada uma das 40 propostas, submetendo-as a um teste de realidade, avaliando sua viabilidade e progresso – e, quem sabe, dando como efetivamente implantadas algumas delas. Se isso ocorrer,</p>	<p>SUPER não nos metemos com futurologia ao falar de tecnologia. O que nós fazemos é antecipar tendências. Queremos ser os primeiros a escrever sobre o que está acontecendo. E não sobre o que vai acontecer – porque previsões quase nunca se realizam. 15SU57sd30</p> <p>a maior contribuição que um veículo jornalístico pode dar é estimular o debate, fazer circular ideias, ajudar na concientização. É nesse campo que temos bola para realmente fazer a diferença. E é por isso que decidimos fazer desta uma edição histórica, em que pela primeira vez a SUPER trocou sua tradicional moldura vermelha pelo verde que você viu na capa. É para fazer barulho mesmo. Queremos que mais gente leia a SUPER. Queremos ampliar o número de pessoas atingidas por esta mensagem. 16SU67sd34</p> <p>Quando a Abril lançou o projeto Planeta Sustentável, em 2007, imaginava que não poderia dar contribuição melhor ao ambiente do que colocá-lo em debate nas revistas da casa. 35SU88sd65</p> <p>Apresentar diferentes pontos de vista, mostrar os fatos, produzir edições como esta SUPER verde, dedicada à sustentabilidade. E assim permitir a você, leitor, formar sua opinião, decidir como</p>	<p>sustentabilidade só é possível com boas práticas financeiras, ambientais e sociais. 14EX37sd21</p> <p>Empresas sempre serão empresas. Nasceram para dar lucro e assim assegurar seu futuro. Mas hoje está claro que esse lucro não será alcançado no longo prazo se seus impactos na sociedade e no meio ambiente não forem administrados. Mostrar isso – com informações, análises, conceitos e exemplos – é o objetivo deste guia e ele é cumprido de maneira especial nesta edição de 2007. Trata-se de um trabalho jornalístico primoroso 14EX37sd22</p> <p>Após oito anos, também decidimos mudar o nome da publicação, rebatizando-a de <i>Guia EXAME de Sustentabilidade</i>. Não se trata de uma questão semântica. Com a mudança, queremos deixar evidente um caminho que sempre trilhamos – mesmo quando sustentabilidade era um termo estrangeiro ao mundo dos negócios - e estamos aperfeiçoando. A edição 2007 chega em um momento de profunda reflexão das empresas, pressionadas pelas ameaças do aquecimento global, pela escassez cada vez maior de recursos naturais e pela necessidade brutal de atrair os melhores talentos e se posicionar perante a sociedade. Esperamos que este guia, com seus</p>		
--	--	---	--	--	--

	<p>o dia do seminário “O Brasil que Queremos Ser” terá sido, além de especial, histórico. 27VE78sd51</p> <p>Para nossa enorme satisfação, VEJA continua sendo a maior, a mais influente e a mais prestigiada revista brasileira. Atribuímos isso ao compromisso permanente da revista com os seus mais de 5 milhões de leitores, e com o Brasil. 28VE88sd52</p> <p>[...] apresentar semanalmente não apenas um grande leque de informações confiáveis, mas também o contexto e a análise que permitem colocar os fatos em perspectiva e entendê-los melhor. 28VE88sd53</p> <p>É fundamental, para isso, que a revista seja independente, isenta, inteligente e responsável. [...] Que busque a objetividade. E que esteja comprometida – sempre – com a liberdade e a verdade. 28VE88sd54</p> <p>É preciso reunir centenas de competentes jornalistas, treiná-los, motivá-los, liderá-los com sensibilidade, imaginação e talento. VEJA tem conseguido fazer isso ao longo desses anos [...]28VE88sd55</p> <p>[...] reiterar o compromisso permanente de VEJA com a transformação do importante em interessante, com a isenção e</p>	<p>agir. Era uma aposta no efeito multiplicador das boas ideias. 35SU88sd66</p> <p>A tese se mostrou acertada. Tão certada que a própria editora foi a primeira a sentir seu impacto. E o resultado é que 2008 acaba como um ano transformador para a Abril, que deu importantes passos sustentáveis. 35SU88sd67</p> <p>[...] as mudanças foram motivadas pelo desejo de mudar, não de fazer propaganda. 35SU88sd68</p> <p>Também está a certificação de que o papel utilizado pela gráfica vem de florestas sustentáveis. 35SU88sd69</p>	<p>exemplos, ajude a iluminar essa reflexão. 14EX37sd24</p> <p>Em sua oitava edição, o <i>Guia EXAME de Sustentabilidade</i> apresenta a maior mudança metodológica de sua história em parceria com a FGV-SP. 14EX37sd25</p> <p>Uma lista de 32 empresas foi submetida a uma aferição jornalística, na qual foram verificadas as respostas ao questionário. A análise estatística e a aferição jornalística foram as bases para a decisão dos oito membros do Conselho Consultivo, que elegeram as 20 empresas-modelo desta edição.[...] Não se trata de uma lista de empresas perfeitas, mas sim dos melhores exemplos de grandes companhias brasileiras que estão conseguindo adaptar seus negócios aos novos tempos. Em todas elas, a sustentabilidade é tratada como algo a ser constantemente aprimorado. 14EX37sd27</p> <p>Elas nunca estiveram tão expostas. 14EX37sd28</p> <p>EXAME selecionou três casos de empresas internacionais que se tornaram referência no assunto – embora ainda estejam distantes do chamado “impacto zero”. 14EX37sd29</p> <p>Os enormes obstáculos e as oportunidades que a onda verde representa</p>		
--	--	---	---	--	--

	<p>responsabilidade jornalística, e com a defesa intransigente dos interesses do Brasil. 28VE88sd56</p>		<p>para os negócios no Brasil e no mundo ficam evidentes nesta primeira edição especial de 2008. Em mais de 30 páginas, as jornalistas, coordenadas pela editora executiva Crsitiane Correa, traçam um panorama realista, analítico e, por vezes, crítico, dessa que é uma das maiores tendências dos negócios. A editora Cristiane Mano entrevistou com exclusividade, Jeff Immelt, presidente mundial da GE, e líder de um dos mais arrojados processos de criação de tecnologias verdes do planeta. Ele resume sua filosofia em três palavras: <i>Green is green</i> – uma referência à cor do dólar. 18EX58sd36</p> <p>Depois de Lucas do Rio Verde, Angela voltou a Brasília para destrinchar o lobby verde que atua no Congresso. A repórter Ana Luiza Herzog garimpou exemplos de empreendedores brasileiros que buscam a fortuna em produtos inovadores e sustentáveis. 18EX58sd37</p> <p>Suas lições, que envolvem humildade e extrema disciplina, valem para qualquer pessoa que lidere um negócio – não importa onde ela esteja. 18EX58sd38</p> <p>Nos últimos dois meses, EXAME visitou oito cidades de dois estados, Amazonas e Pará, e ouviu dezenas de cientistas e especialistas ligados a instituições líderes em pesquisas sobre climatologia, economia</p>		
--	--	--	---	--	--

			ecológica, engenharia florestal, agronomia, geologia e biotecnologia em busca de respostas para a Amazônia. 25EX68sd45		
EU, EDITOR		<p>Vou resgatar um dos grandes prazeres da minha juventude: esperar todo mês a revista da moldura vermelha, sem saber o que tem lá dentro. 8SU37sd14</p> <p>Tenho razões para acreditar que essa espera mensal vai valer a pena: a revista dá sinais de que está entrando num período muito legal. Em todo esse tempo aqui, nunca vi uma equipe tão afinada, tão empolgada, tão desprovida de arrogância e cheia de potencial. 8SU37sd15</p>		<p>Sempre fico curioso para saber como ele reconciliava seu amor pela floresta com o fato de ter derrubado parte dela. Ele certamente deve ter refletido sobre essa questão. É possível até que hoje se tornasse um conservacionista – e lutasse pelas árvores que amava. 1NG17sd2</p> <p>A entrada de minha família no mundo dos biocombustíveis começou quando minha mulher, Elizabeth, e duas de suas amigas, Rose e Ellen, decidiram comprar carros pequenos movidos a diesel. 11NG37sd16</p> <p>Agora os combustíveis alternativos são tema de conversa em nossa mesa. 11NG37sd17</p> <p>O biodiesel é resposta para os desafios energéticos e ambientais que enfrentamos? Não por si só. Mas é um passo certo quando associado a outras soluções inovadoras. Além disso, abastecer o carro com biodiesel rende boas conversas familiares. 11NG37sd18</p>	
	As notícias sobre a Amazônia que chegam aos olhos e		Dona dos maiores estoques de biodiversidade, madeira		

OS OUTROS	<p>ouvidos dos brasileiros são, por natureza, fragmentadas e muitas vezes contraditórias. 20VE48sd43</p>		<p>e água doce do mundo, a Amazônia é uma riqueza cujos significado e valor financeiro não têm sido corretamente avaliados. Estimativas colhidas por EXAME mostram que apenas os recursos minerais e florestais somam, por baixo, 24 trilhões de dólares. 25EX68sd46</p> <p>A história do desmatamento no Estado tem um enredo muito mais complexo que o noticiário costuma mostrar. 25EX68sd47</p>		
QUEM PODE / QUEM DIZ CONOSCO	<p>Foi um dia especial. No palco, dezenove especialistas debateram. 27VE78sd49</p>		<p>Pela primeira vez desde o nascimento do guia, a EXAME contou com um parceiro do mundo acadêmico – o Centro de Estudos de Sustentabilidade da Fundação Getúlio Vargas – na tarefa de avaliar a atuação financeiro-social-ambiental de 140 das maiores empresas brasileiras. 14EX37sd23</p>		
O TEMA	<p>A floresta é um templo. 20VE48sd39</p>	<p>1987. O maior vilão do mundo era a energia atômica. 5SU27sd7</p> <p>Energia nuclear era tão ruim que, quando um cartunista americano chamado Matt Groening resolveu inventar um vilão terrível para a animação que estava criando, não pensou duas vezes: o Sr. Burns seria o dono de uma usina atômica. 5SU27sd9</p> <p>Vinte anos se passaram e a história mudou. 5SU27sd10</p> <p>Houve um tempo em</p>	<p>[...] tentamos acompanhar a tremenda evolução da responsabilidade social corporativa no Brasil e no mundo. Muitas das ideias iniciais foram reformuladas. Só uma coisa não mudou desde então: nossa crença de que a sustentabilidade só é possível com boas práticas financeiras, ambientais e sociais. 14EX37sd21</p> <p>Culpar o capitalismo talvez seja a saída mais óbvia, mas certamente não a mais sábia. O problema não está necessariamente no seu fim – a busca do</p>		

		<p>que o homem não lia revistas, não andava de carro e não ameaçava a natureza. Tem gente que acredita que esse é o melhor caminho. Mas, depois de tudo que vemos, ouvimos e apuramos nos últimos meses, eu me convenci de que o maior desafio do movimento ecológico hoje não é somente estimular as pessoas a abandonar as revistas, ou então concordar em recebê-las amassadas por não terem sido embaladas. A verdadeira revolução verde está em encontrar tecnologias que nos permitam produzir em agredir o ambiente. 16SU67sd33</p> <p>São termos meio chatos, eu sei, esses “esgotamento da capacidade” e “construção sustentável”. 16SU67sd35</p>	<p>lucro como atalho para o desenvolvimento -, mas nos meios utilizados por um número surpreendentemente grande de empresas para chegar até ele. É em momentos críticos como este que a sustentabilidade deixa de ser um conceito abstrato ou um instrumento de marketing e passa a ser o limite entre companhias feitas para durar e negócios passageiros. Ser sustentável, em poucas palavras, é pensar e agir com olhos no futuro. 31EX78sd59</p> <p>Isso nada tem a ver com o fim do capitalismo. Ao contrário, é a senha pra sua sobrevivência como o melhor sistema econômico criado até hoje. 31EX78sd60</p> <p>Nesta nona edição do <i>Guia EXAME de Sustentabilidade</i> apresentamos 20 exemplos de empresas brasileiras que têm buscado, no dia-a-dia de seus negócios, um equilíbrio entre as necessidades do presente e as perspectivas do futuro. Isso não envolve apenas o respeito ao meio ambiente, quase um modismo em nossos dias. 31EX78sd61</p> <p>Nosso objetivo é que esse reconhecimento sirva, sobretudo, de inspiração para a construção de empresas mais responsáveis, mais eficientes e mais duradoras. 31EX78sd63</p>		
--	--	---	---	--	--

ANEXO I

Sequências discursivas - reportagens

CÓD.	REVISTA VEJA
12VE17	<p>[...] vale a pena conhecer a lista de prioridades dos cientistas céticos, aqueles que desconfiam de previsões catastróficas. 12VE17sd72</p> <p>Em que planeta vivemos? Se for no planeta Al Gore, estamos em apuros. 12VE17sd73</p> <p>O que se chama aqui de planeta Al Gore é aquele que o político americano descreveu em seu documentário <i>Uma verdade Inconveniente</i>, cuja dramaticidade lhe rendeu dois dos prêmios mais cobiçados que existem. 12VE17sd74</p> <p>Mas será que a Terra só tem como futuro se transformar no planeta Al Gore? Talvez não.</p> <p>Um grupo de cientistas em reduzido número mas respeitável e influente, discorda da ideia central de Al Gore e do painel da ONU, que de resto, se tornou a maior religião urbana de alcance planetário de que se tem notícia. Esses dissidentes do clima são chamados genericamente de “céticos”. 12VE17sd75</p> <p>Uma demonstração de que os terráqueos ainda não chegaram ao consenso definitivo de que a Terra vai acabar nos moldes propostos por Al Gore é a enorme repercussão do recém-lançado <i>Cool It</i>, cujo subtítulo é <i>O guia do Ambientalista Cético para o Aquecimento Global</i>. O autor do best-seller, o estatístico dinamarquês Bjorn Lomborg, foi eleito pela revista Time uma das 100 pessoas mais influentes do mundo. 12VE17sd76</p> <p>O IPCC afirma que a causa principal é a emissão de dióxido de carbono (CO2) e outros gases resultantes da queima de combustíveis fósseis, que, lançados na atmosfera, aumentaram o efeito estufa. Os céticos consideram que só parte do aquecimento global pode ser atribuída à ação humana. 12VE17sd77</p> <p>O IPCC diz que o primeiro passo é reduzir as emissões de CO2 para a atmosfera. A seguir, é preciso aumentar a eficiência no uso de energia para queimar menos combustíveis fósseis. Os céticos argumentam que não há como frear o processo de aquecimento global nas próximas décadas. 12VE17sd78</p> <p>O IPCC diz que os primeiros sinais já estão presentes no aumento de enchentes, secas prolongadas e maior frequência de grandes furacões. Os céticos estimam que os primeiros efeitos só serão perceptíveis dentro de 50 a 100 anos. 12VE17sd79</p> <p>O IPCC acha que as catástrofes naturais serão frequentes e devastadoras. Para os céticos, os desastres serão poucos. Não será difícil para o homem se adaptar a essas alterações do clima. 12VE17sd80</p> <p>Por um lado, previsões catastróficas claramente infladas para fins propagandistas são um tiro que a ortodoxia ambientalista dá no próprio pé. Há duas semanas, a Alta Corte da Inglaterra determinou que, ao exibirem o filme de Al Gore nas escolas do país, os professores avisem aos alunos que ele é tendencioso e contém nove erros flagrantes. 12VE17sd81</p> <p>O que Lomborg pretende demonstrar é a capacidade humana de se adaptar às mudanças naturais e encontrar soluções tecnológicas para os desastres anunciados. 12VE17sd82</p> <p>Diante da imposição de combater o aquecimento global, as ações individuais nessa direção se tornaram uma mania. Todo mundo quer fazer a sua parte para salvar o planeta, ou pelo menos manter a consciência limpa de que não está ajudando a piorar a situação. 12VE17sd83</p> <p>Ao se tornar uma doutrina, a luta contra o aquecimento global também se tornou um instrumento nas mãos dos políticos. 12VE17sd84</p> <p>outro cético proeminente, o economista Deepak Lal, da Universidade da Califórnia. É irônico que o ambientalismo, enquanto instrumento político, seja hoje associado ao pensamento de esquerda. No passado, era o contrário. Os comunistas, donos das fábricas mais poluentes do mundo, consideravam a preocupação com o ambiente um mero capricho burguês. Só depois que o comunismo virou poeira, com a queda do Muro de Berlim, os órfãos do marxismo viram na defesa do ambiente uma forma de desafiar o capitalismo. O risco de dogmatismo no combate ao aquecimento global é o de retirar as questões do verdadeiro domínio a que pertencem – o debate científico. 12VE17sd85</p> <p>Há, nesse campo, muitas dúvidas. 12VE17sd86</p> <p>O Protocolo de Kioto, hoje desacreditado, pretende frear o aquecimento global com cortes substanciais nas emissões de CO2. Os ambientalistas dogmáticos consideram suas metas tímidas. Os céticos as vêem como inviáveis devido ao custo para a economia de cada país signatário. 12VE17sd87</p> <p>O que os céticos têm a dizer sobre economia é o seguinte: reduzir os gases do efeito estufa seria muito caro e ineficiente. Melhor seria utilizar o dinheiro para preparar melhor o mundo para os efeitos inevitáveis das mudanças climáticas. 12VE17sd88</p> <p>um argumento central dos céticos, o de que as previsões catastróficas feitas pelo IPCC não merecem confiança. O problema estaria na metodologia. 12VE17sd89</p> <p>O geofísico Paulo Artaxo, também da USP, admite que em climatologia as margens de dúvida são grandes. 12VE17sd90</p>

	<p>Há nas palavras de Ad'Saber uma hipótese que surpreende: o aquecimento global pode ter consequências positivas. 12VE17sd91</p> <p>O aquecimento que se prevê para este século deve tornar vastas áreas do Canadá, Rússia e da Groelândia próprias para a agricultura. 12VE17sd92</p> <p>Segundo os céticos, com metade dos 150 bilhões de dólares anuais que as metas do Protocolo de Kioto custariam aos países signatários, seria possível dotar essas nações da infra-estrutura necessária para combater os desastres naturais. 12VE17sd93</p> <p>Muitos críticos olham com cautela as previsões do IPCC devido à estrutura do painel da ONU. O infectologista inglês Paul Reiter, do Instituto Pauster, de Paris, disse a VEJA: "Ouvimos falar que os relatórios do IPCC são fruto do trabalho de 2.500 dos maiores cientistas do mundo. Não é bem assim. Nem todos os autores dos estudos são selecionados por suas contribuições à ciência. Em muitos casos prevalecem critérios políticos". Reiter pediu para retirar seu nome do terceiro relatório do IPCC por discordar da associação feita entre alta temperatura e o aumento do risco de doenças como a malária. 12VE17sd94</p> <p>"A seleção do IPCC não distingue se os autores dos relatórios são autoridades científicas no assunto ou apenas burocratas, e isso, em certos casos, pode atrapalhar o resultado, diz o climatologista José Marengo, do Instituto Nacional de Pesquisas Espaciais, que não fecha com os céticos e já representou tanto o Brasil quanto os Estados Unidos nas reuniões do IPCC. 12VE17sd95</p> <p>Caso todas as ressalvas dos céticos se provem equivocadas, pelo menos se deve creditar a eles o mérito de reafirmar com toda ênfase a necessidade de usar com parcimônia os recursos naturais da Terra. 12VE17sd95</p> <p>"Ser cético não é ser contrário ao ambiente. É zelar pelo ambientalismo de forma coerente", disse a VEJA Chris de Freitas, professor de ciência ambiental na Universidade de Auckland, na Nova Zelândia. 12VE17sd97</p> <p>O maior perigo imediato representado pelo aquecimento global parece ser de outra ordem: ter colocado em segundo plano nas preocupações mundiais uma série de tarefas urgentes se queremos salvar o planeta. 12VE17sd98</p> <p>É irônico, mas a obsessão em torno das mudanças climáticas pode estar se transformando na forma errada de salvar o planeta. 12VE17sd99</p>
<p>13VE27</p>	<p>A guerra contra a água mineral 13VE27sd100</p> <p>O novo vilão dos ambientalistas não é o líquido, mas o plástico das embalagens. 13VE27sd101</p> <p>Muitas entidades ambientalistas têm promovido campanhas de conscientização para esclarecer... 13VE27sd102</p> <p>As campanhas têm dado resultado nos lugares onde a preocupação ambiental já ganhou a adesão das multidões e os moradores confiam na água encanada. 13VE27sd103</p> <p>A maioria dos ambientalistas reconhece, evidentemente, que no Terceiro Mundo, com vastas regiões nas quais não é recomendável consumir água diretamente da torneira, quem tem poder aquisitivo para comprar água mineral precisa fazê-lo por questão de segurança. 13VE27sd104</p> <p>Hoje, com o culto à saúde na ordem do dia, a mística em torno das águas minerais se mantém. Para desgosto dos ambientalistas. 13VE27sd105</p> <p>Num mundo em que as roupas e os acessórios servem para demonstrar a que tribo se pertence, não basta tomar água mineral – é preciso escolher a marca certa. Os famosos de Hollywood já elegeram a sua... 13VE27sd106</p> <p>Com a multiplicação das águas minerais chiques, já sugeriram especialistas em degustá-las – os sommeliers de H₂O, presentes em alguns restaurantes americanos de luxo. "A água mineral será amanhã o que o vinho é hoje", diz Michael Mascha, fundador de um site dedicado a avaliar águas mnerais de todo o planeta. 13VE27sd107</p>
<p>19VE38</p>	<p>... a busca por combustíveis alternativos deixou de ser uma atividade pitoresca para se elevar ao centro das atenções das empresas, dos governos e das instituições internacionais. Entre todos os combustíveis alternativos, o mais viável atualmente, do ponto de vista econômico e ambiental, é o etanol. 19VE38sd108</p> <p>Entre todos os tipos de etanol, o de cana-de-açúcar é o que tem maiores chances de participar substancialmente da matriz energética planetária. Entre todos os países produtores de etanol, o Brasil é aquele que apresenta as melhores condições geográficas, climáticas, culturais, econômicas e tecnológicas para liderar a produção do etanol, nome pelo qual é mais chamado hoje no planeta o álcool combustível,</p>

	<p>velho conhecido dos brasileiros desde a iniciativa pioneira dos anos 70, desencadeada pela primeira crise do petróleo. 19VE38sd109</p> <p>Desde seu ressurgimento meteórico no cenário mundial, o álcool/etanol tornou-se alvo de todo tipo de especulação, sendo motivo de projeções nacionalistas gloriosas. 19VE38sd110</p> <p>Para colocar a questão do etanol na perspectiva correta, VEJA organizou o questionário das páginas seguintes. São setenta perguntas e respostas que cobrem todas as principais questões levantadas pela entrada do etanol no foco dos holofotes. Nessa tarefa, VEJA valeu-se de inúmeras fontes e teve o privilégio de contar com a dedicação especial de um dos maiores especialistas no assunto, Luiz Augusto Horta Nogueira, engenheiro mecânico e doutor pela Universidade Estadual de Campinas. 19VE38sd111</p>
20VE48sd	<p>Amazônia. A verdade sobre a saúde da floresta. 20VE48sd112</p> <p>Onde está a verdade? A reportagem de VEJA que começa aqui tenta responder a essa indagação. 20VE48sd113</p> <p>A questão é mesmo complexa e multifacetada, mas esperamos que o leitor saia destas 22 páginas com um conhecimento bem mais objetivo da Amazônia. A reportagem foi dividida em seis capítulos e se apóia em um conjunto de gráficos extraordinários produzidos pela equipe da editora Andreia Caires. 20VE48sd114</p> <p>Existem leis, saber científico e vigilância remota suficientes para permitir a ocupação econômica da Amazônia sem alterar seu metabolismo – mas para isso é vital que as leis sejam cumpridas, a ciência aplicada e a vigilância por satélites complementada com extensiva ação policial punitiva aos desmatadores. 20VE48sd115</p> <p>O SENSO COMUM: a Floresta Amazônica é o pulmão do planeta. Se ela desaparecer, o aquecimento global vai se acelerar de forma dramática.</p> <p>A VERDADE: as pesquisas mais recentes mostram que o efeito mais visível do desaparecimento da Amazônia seria o desequilíbrio das chuvas. 20VE48sd116</p> <p>Basta listar algumas das características da Amazônia para concluir que sua extinção seria uma tragédia para a humanidade. 20VE48sd117</p> <p>Não se sabe ao certo em que medida o desaparecimento desse extraordinário bioma afetaria o aquecimento global. 20VE48sd118</p> <p>A escalada no desmatamento é notícia que mexe com o brio dos brasileiros. Equivale à derrota do país numa competição esportiva no exterior. Afinal, a Amazônia é um patrimônio nacional a ser preservado. 20VE48sd119</p> <p>“O governo incentivou todo mundo a desmatar e agora está nos empurrando para a ilegalidade”, reclama. [agricultor paraense] 20VE48sd120</p> <p>O SENSO COMUM: o governo garantiu que o desmatamento está sob controle.</p> <p>A VERDADE: o desmatamento aumentou seu ritmo em 30% nos últimos meses. 20VE48sd121</p> <p>O anúncio causou consternação no governo federal, que vinha alardeando queda do desmatamento nos últimos três anos. Por sua vez, o governador de Mato Grosso, Blairo Maggi, mandou realizar estudos para desmentir a afirmação de que seu estado foi aquele que mais desmatou. O sistema de monitoramento por satélite da Amazônia é uma referência internacional de qualidade – mas, nesse caso, havia bons argumentos para a contestação. 20VE48sd122</p> <p>Só existe uma tradução possível: a atividade predatória aumentou na Amazônia. 20VE48sd123</p> <p>... os governos militares distribuíram terras e subsídios a quem se dispusesse a se embrenhar na floresta. 20VE48sd124</p> <p>Surge aí uma questão: quanto é aceitável desmatar para dar lugar ao agronegócio? Ninguém sabe, porque nenhum governo produziu um plano de longo prazo para a ocupação da Amazônia. Mas uma coisa é certa: os fazendeiros estabelecidos na região não são criminosos porque derrubam parte da floresta para tocar seu negócio. Eles contribuem com o desenvolvimento da Amazônia, criam empregos e somam pontos ao PIB do país. O que precisa ser combatido é o desmatamento selvagem, feito à sombra dos órgãos ambientais, muitas vezes por grileiros de terras públicas que não hesitam em sacar da pistola contra quem se opõe a seus interesses. 20VE48sd125</p> <p>o desmatamento não é proibido em nenhum dos nove estados que formam a Amazônia. 20VE48sd126</p> <p>redobrou a vigilância da propriedade por causa de vizinhos encrenqueiros, como ladrões de gado, indígenas e sem-terra a espera de desapropriações. 20VE48sd127</p> <p>“Isso aqui é uma terra sem lei. Por ação ou por omissão, o próprio governo nos deixa sitiados”, desabafa.</p>

[fazendeiro americano há mais de dez anos na região]. 20VE48sd128

A estrutura de fiscalização dos estado é precária e muitos de seus agentes aceitam propina para fazer vista grossa às infrações. 20VE48sd129

No vácuo criado pela ausência do estado na Amazônia, as regras de preservação acabam funcionando como um incentivo à ilegalidade. 20VE48sd130

Outro tipo de fraude envolve funcionários dos órgãos ambientais, que vendem os documentos diretamente a despachantes e madeireiros. 20VE48sd131

O SENSO COMUM: a devastação e os conflitos são causados pela ganância dos fazendeiros.

A VERDADE: vários fatores contribuem para o caos, mas muito do estrago é causado pelo próprio governo. 20VE48sd132

O diagnóstico é do ambientalista Paulo Adário, coordenador internacional do Greenpeace Amazônia: “Há uma grande esquizofrenia na ação do governo. Enquanto o Ibama e o Serviço Florestal Brasileiro criam regras e normas elogiáveis, melhoram o sistema de monitoramento para empresas e comunidades, outro órgão do mesmo governo, o Incra, promove assentamentos dos sem-terra no meio da floresta. Sem conseguirem sobreviver com a lida da terra, os assentados acabam por desmatar tudo”. 20VE48sd133

Apesar de frequentemente esquecida na questão amazônica, a ação do Incra responde sozinha por 20% de todo o desmatamento registrado na região. 20VE48sd134

Com a impunidade assegurada, assentados e grupos de sem-terra são atualmente os maiores fornecedores de madeira retirada da floresta sem autorização dos órgãos ambientais. 20VE48sd135

Em razão de um ranço ideológico dos anos 60, o Incra persegue os agricultores que deixam a floresta em pé. 20VE48sd136

O SENSO COMUM: a única forma de salvar a floresta é proibir qualquer exploração econômica por lá.

A VERDADE: existem bons planos para aliar exploração econômica à preservação. 20VE48sd137

Alguns países criaram um sistema de remuneração para tornar vantajoso conservar a floresta em pé. Isso ocorre também, em pequena escala, no Amazonas, onde o governo oferece uma “bolsa-floresta” para os pequenos produtores manterem intacta parte da mata em seus terrenos. 20VE48sd138

São Félix lidera há sete anos o ranking nacional de desmatamento e, se depender da vontade da maioria dos moradores, o que resta de floresta vai abaixo quanto antes, abrindo espaço ao pasto necessário para a expansão do rebanho bovino. 20VE48sd139

Ele se queixa de que a cidade só aparece na imprensa como má notícia: “Já perdi a oportunidade de vender uma área por causa de reportagens negativas”. Assim, como as terras que vende, o pedaço da Amazônia que Araújo chama de seu não é garantido por nenhum documento de propriedade. 20VE48sd140

Uma ausência chama atenção na cidade que mais desmata no Brasil: a do Ibama. A representação mais próxima do órgão federal responsável pela fiscalização ambiental está a 250 quilômetros dali. 20VE48sd141

“Que governo é esse que quer acabar com o desmatamento, mas não faz o menor esforço para garantir o cumprimento da lei e evitar a destruição da Amazônia?”, questiona Guimarães. 20VE48sd142

LONGE DO FAROESTE. Lavoura de soja em Mato Grosso: os fazendeiros agora querem valorizar seus produtos com aval ambientalista. 20VE48sd143

O governador do estado, Blairo Maggi, diz que essa informação se baseia em um levantamento fajuto, mas o argumento não ofusca uma verdade irrefutável: o desmatamento na porção mato-grossense da Amazônia já extrapou todos os limites. 20VE48sd144

Essa situação ficou evidente nos sobrevôos feitos por VEJA no mês passado ao longo de vários trechos. Em lugar de clareiras abertas no meio da floresta, o que se vê do alto são pequenas ilhas de mata espalhadas ao longo de imensas áreas de pasto e de plantações de soja. 20VE48sd145

Ao contrário do que se vê no Pará, a ocupação da porção amazônica do Mato Grosso está longe de ocorrer em clima de faroeste. Ela é resultado da expansão da fronteira agrícola... 20VE48sd146

O sotaque, os cabelos loiros e os olhos azuis, os sobrenomes de origem alemã e italiana são marcas da colonização sulina. Ao contrário do que aconteceu no Pará, onde a devastação se deu mais na marra, com invasões e grilagens de terras públicas, a maior parte dessa região foi ocupada por meio de projetos de colonização desenvolvidos a partir da década de 1970 por cinco grandes empresas privadas. 20VE48sd147

A região concentra nove dos dez municípios com maior índice de desenvolvimento humano (IDH) da Amazônia. É ali também que o PIB mais cresce. 20VE48sd148

Em compensação, se é que se pode falar assim quando o assunto é desmatamento, são cidades bem estruturadas, com ruas asfaltadas e uma ampla rede de serviços, que nada ficam a dever às localizadas no

	<p>Sul e Sudeste do país. 20VE48sd149</p> <p>...o município de Sapezal é um bom exemplo do desenvolvimento obtido a partir da substituição da floresta por plantações de soja. Planejada, a sede do município é simétrica e quase toda asfaltada. Esgoto sanitário e água tratada chegam a todas as casas. A cidade dispõe também de ampla rede de telefonia de fibra ótica. Na zona rural, as plantações de soja, milho e algodão asseguram que o município seja um dos que mais recolhem impostos no estado. 20VE48sd150</p> <p>Trata-se de uma situação impensável em outras partes da Amazônia, como no Pará. 20VE48sd151</p>
21VE58	<p>O filósofo grego Platão, no diálogo <i>Fedro</i>, diz que o campo e as árvores nada podem lhe ensinar, ao contrário dos homens da cidade. É uma afirmação exagerada, mas que mostra o princípio básico pelo qual os seres humanos habitam as áreas urbanas. 21VE58sd152</p> <p>Uma pesquisa com americanos mostrou que 83% dos entrevistados preferem morar distante e depender do carro a viver em uma região central e usar transporte público. 21VE58sd153</p> <p>Dificuldades próprias da pobreza, como as favelas, são mais agudas no Terceiro Mundo. 21VE58sd154</p> <p>O homem quer tanto viver em cidades que as constrói até no deserto. 21VE58sd155</p>
23VE68	<p>Ainda persistem divergências acerca do tamanho do impacto sobre a vida humana. As soluções também são controversas. VEJA listou 50 perguntas e respostas que vão ao centro da questão. 23VE68sd156</p> <p>Existe alguma dúvida científica incontestável de que o planeta está se aquecendo? Não. Nem os cientistas mais céticos colocam esse fato em dúvida. 23VE68sd157</p> <p>Os sinais do aquecimento global não são produto de modelos de computador, mas de medições por instrumentos precisos. 23VE68sd158</p> <p>...o cenário mais pessimista projetado pelos cientistas do Painel Intergovernamental sobre Mudança Climática (IPCC), que reúne as maiores autoridades do mundo nesse ramo da pesquisa. É um cenário catastrófico, mas ele só ocorrerá, na avaliação dos cientistas, se nada for feito. 23VE68sd159</p> <p>Todos concordam que o mundo está mesmo aquecendo. As principais divergências são sobre a extensão da influência humana e, em especial, sobre se vale a pena ainda buscar a qualquer custo a redução drástica das emissões de gases do efeito estufa. 23VE68sd160</p> <p>Há risco de aumento de doenças como malária, febre amarela ou dengue, por exemplo? Esse é um ponto controverso. Os que discordam são em número muito maior do que os que concordam. 23VE68sd161</p> <p>Os impactos são principalmente negativos, pois perturbam um sistema já equilibrado. Mas há alguns positivos, sim, como o incremento à agricultura em lugares hoje muito frios e a diminuição, na média mundial, na frequência de noites muito frias, o que trará benefícios à saúde humana. 23VE68sd162</p> <p>Entre os especialistas consultados por VEJA na elaboração deste questionário destacam-se alguns integrantes do Painel Intergovernamental sobre Mudança Climática. São eles os cientistas Carlos Nobre, José Marengo, Roberto Schaeffer e Suzana Kahn Ribeiro, que colaboraram na revisão das respostas. 23VE68sd163</p>
24VE78	<p>O Brasil tem um desafio: conciliar desenvolvimento com preservação. O desmatamento desenfreado da Amazônia, a maior floresta tropical do planeta, não pode continuar. 24VE78sd164</p> <p>... debate central para o futuro – como conciliar o crescimento econômico com a proteção ambiental, sobretudo na região amazônica, que abrange mais da metade do território nacional. 24VE78sd165</p> <p>Para dar o salto econômico de que necessita, o Brasil não pode abrir mão de seu potencial agropecuário ou de investir na geração de energia. Também pouco pode destruir um bioma que é ao mesmo tempo um patrimônio nacional a ser preservado e um foco de interesse internacional. 24VE78sd166</p> <p>Marina Silva nunca passou de um ícone, uma peça de marketing exibida pelo governo Lula para mostrar uma suposta vocação ambientalista. 24VE78sd167</p> <p>No cargo de ministra, porém, mostrou pouca intimidade com a burocracia, a começar pela montagem da equipe. Seus principais assessores eram quase todos militantes de organizações dogmáticas, que viviam em atrito permanente com setores do próprio governo. 24VE78sd168</p> <p>Enquanto Marina se mostrou apenas um ícone, Minc é um ambientalista que se adequou às políticas de desenvolvimento. Nos dezessete meses em que ocupou a secretaria, ele emitiu licenças para obras complexas e delicadas sob o ponto de vista ambiental. 24VE78sd169</p> <p>A postura de Marina Silva era de preservação incondicional da Amazônia, admitindo apenas ilhas de</p>

	<p>agricultura de subsistência e de proteção de pequenas comunidades, como a de seringueiros e castanheiros. É um discurso eficiente na teoria e para conquistar a simpatia internacional, mas que bateu de frente com as necessidades práticas do país, como a construção de estradas, a mineração, a geração de energia elétrica, a agricultura e a pecuária. 24VE78sd170</p> <p>Até recentemente, quando demarcava lotes para os sem-terra na Amazônia, o Incra exigia a derrubada da mata para que o assentado justificasse a posse. O Brasil já não pode seguir esse caminho. 24VE78sd171</p> <p>Ao contrário do que ocorre nas florestas temperadas do Japão e da Alemanha, com poucas espécies de árvores, uma vez destruída, a biodiversidade tropical não pode ser recriada pelo reflorestamento. Existem hoje legislação, recursos tecnológicos e vigilância remota suficientes para permitir a ocupação da Amazônia sem alterar de forma destrutiva seu metabolismo. O dilema brasileiro é usar todo esse mecanismo de maneira eficiente, de forma a criar uma economia próspera e, a exemplo de seus ministros do Meio Ambiente, com direito a “selo verde”. 24VE78sd172</p>
27VE78	<p>O Brasil ainda é africano nessa área. 27VE78sd173</p> <p>Entregar a tarefa à iniciativa privada, por meio de concessões, é uma saída. 27VE78sd174</p> <p>O avanço da fronteira do boi e da soja derruba oito de cada dez árvores das florestas de clima da Amazônia. 27VE78sd175</p> <p>Recuperar custa o dobro do que simplesmente desmatar. Subsidiar a recuperação de áreas degradadas é a abordagem econômica mais racional. 27VE78sd176</p> <p>É exemplar o sucesso do programa ICMS Verde, adotado no Paraná para premiar municípios com desempenho acima da média no tratamento de lixo [...] 27VE78sd177</p> <p>O emaranhado legal provoca insegurança jurídica, dificulta a fiscalização e cria oportunidades para corrupção. Leis mais amplas são, sempre, mais eficientes. 27VE78sd178</p> <p>O governo paga aventureiros para derrubar a Floresta Amazônica, dando-lhes crédito destinado à atividade agrícola. Isso não se faz por maldade, mas por ignorância sobre quais são as áreas aráveis do território nacional e quais são preserváveis. 27VE78sd179</p> <p>Para eles, o discurso e consciência ecológica não funcionam. Eles precisam de medidas que tornem mais vantajoso preservar do que destruir. 27VE78sd180</p>
28VE88	<p>A primeira reportagem de VEJA sobre o aquecimento global data de 1983. Catorze anos depois foi assinado o Protocolo de Kioto. 28VE88sd181</p> <p>Kioto pode ter fracassado em seus objetivos, mas proporcionou que o aquecimento global deixasse de ser um assunto restrito às rodas acadêmicas e diplomáticas. O temor, agora, é mundial. 28VE88sd182</p> <p>Agora, a natureza está mandando a conta. O efeito mais apocalíptico é o aquecimento global. 28VE88sd183</p> <p>Prevalece, entre os cientistas, a previsão de que, se nada for feito para reduzir as emissões de gases poluentes, a temperatura média da Terra, até o fim deste século, estará 4 graus acima da atual. 28VE88sd184</p>
32VE98	<p>Diante da abundância de riquezas proporcionada pela natureza, sempre se aproveitou como se o dote fosse inesgotável. Essa visão foi reformulada. 32VE98sd185</p> <p>Um relatório publicado na semana passada pela ONG World Wildlife Fund dá a dimensão de como a exploração dos recursos da Terra saiu do controle e das consequências que isso pode ter no futuro. O estudo mostra que o atual padrão de consumo de recursos naturais pela humanidade supera em 30% a capacidade do planeta de recuperá-los. Ou seja, a natureza não mais dá conta de repor tudo que o bicho-homem tira dela. 32VE98sd186</p> <p>Se todos os habitantes do planeta tivessem o mesmo padrão de vida dos americanos, seriam necessárias quatro Terras e meia para suprir suas necessidades. 32VE98sd187</p> <p>Como mostra o relatório da World Wildlife Fund, é preciso evitar a todo custo que se usem mais recursos do que a natureza é capaz de repor. 32VE98sd188</p>

CÓD.	REVISTA SUPERINTERESSANTE
4SU17	<p>O aquecimento global - estamos falando do assunto, não do fenômeno climático - saiu há mais de duas décadas dos fechados círculos acadêmicos para ganhar a atenção de ativistas, da imprensa e de pessoas de qualquer grau de instrução. 4SU17sd189</p> <p>Ele criou, com base em 5 anos de pesquisa, o que é quase impossível na ciência: um consenso. Pelo menos aos olhos do público. 4SU17sd190</p> <p>Com que virtualmente todo mundo concorda... 4SU17sd191</p> <p>O que exatamente está fazendo o planeta aquecer tanto? Qual o impacto real das ações humanas? 4SU17sd192</p> <p>O problema, dizem os cientistas... 4SU17sd193</p> <p>As tais emissões antropogênicas, nome que os cientistas dão... 4SU17sd 194</p> <p>Mas há um grupo de cientistas, conhecidos genericamente por céticos, que desconfia da tese que aponta o homem como principal vilão... 4SU17sd195</p> <p>“Partes por milhão”, como o nome diz, é coisa pouca em relação ao todo. Na prática, a poluição humana mexeu em menos de meio por cento da composição atmosférica nesses 150 anos. 4SU17sd196</p> <p>Para os céticos... 4SU17sd197</p> <p>Do outro lado, os cientistas do consenso 4SU17sd 198</p> <p>Mas esse não é um argumento vencedor para os céticos... 4SU17sd199</p> <p>E a discussão esquentada ainda mais quando o lobby cético saca da manga indícios de que um período de aquecimento global na Idade Média, por volta do ano 1000, foi mais severo que o de hoje. 4SU17sd200</p> <p>Paulo Artuxo, climatologista da USP, que participou do relatório do IPCC, joga água fria nos argumentos ardentes dos céticos. 4SU17sd201</p> <p>Mas tudo que contribui para a mudança da temperatura foi pesado e atribuído no relatório, e passado por um escrutínio enorme e rigorosíssimo. 4SU17sd202</p> <p>Jornais e revistas trouxeram montagens com grandes cidades debaixo d’água, número de pessoas afetadas pela seca e fome, espécies de animais em extinção e todo tipo de cenário apocalíptico. 4SU17sd203</p> <p>Entretanto, uma leitura atenta do levantamento da ONU mostra que ele é cauteloso ao trazer uma escala de confiabilidade de cada projeção, além de considerar diversos cenários possíveis. Ninguém lerá no relatório que um número específico de espécies será extinto, como chegou a ser dito na imprensa. Sobre isso, o AR4 diz que “aproximadamente” de 20 a 30% das espécies de animais... 4SU17sd204</p> <p>“Acho que o público e a imprensa já estão à frente da ciência em termos de previsões catastróficas, fazendo conexões que ainda não estão nos dados”, afirmou o britânico Martin Parry, co-presidente do grupo de trabalho que apresentou a segunda parte do relatório do IPCC. Parry e boa parte da comunidade científica receiam que o bombardeio de anúncios apocalípticos, que inicialmente seria positivo por chamar a atenção da população para o problema, possa acarretar insensibilidade por superexposição. 4SU17sd205</p> <p>Um dos 4 brasileiros a participar do painel da ONU, o climatologista Carlos Nobre, também do INPE, não desaprova o escarcêu midiático. 4SU17sd206</p> <p>Discordâncias e incertezas na ciência são normais e saudáveis, afinal é isso que move as descobertas. Mas alguns defendem que, no caso do aquecimento global, há mais em jogo que simples pontos de vista. Muito se falou, não raro com razão, que a indústria do petróleo financiava os céticos. 4SU17sd207</p> <p>O jornal The New York Times descobriu a tramóia e os céticos começaram a ser vistos com desconfiança.</p> <p>Por outro lado, seria injustiça dizer que todos os negacionistas sejam vendidos, como os tacha a maioria dos cientistas que defendem a hipótese antropogênica. “Aquecimento global virou uma religião. Falar algo contra a corrente dominante virou uma heresia”, afirma Nigel Calder, ex-editor da revista <i>New Scientist</i>, ele mesmo um “herege” assumido. 4SU17sd208</p> <p>Calder é um dos principais personagens do documentário <i>The Great Global Warning Swindle</i> (“A grande farsa do Aquecimento Global”, inédito no Brasil, mas que você vê no site da SUPER). 4SU17sd209</p> <p>Mas um dream team de economistas (alguns Prêmios Nobel) se reuniu há 3 anos com o desafio de eleger quais prioridades a humanidade deve ter na relação custo/benefício. O chamado Consenso de Genebra, como ficou conhecido o grupo, colocou a contenção do aquecimento global atrás de 9 outros desafios prioritários, como diminuição da fome e o combate à malária na África. 4SU17sd210</p> <p>E para que possamos chegar a soluções sensatas [...] é preciso questionar as “verdades” impostas. 4SU17sd211</p>

5SU27	<p>Os ambientalistas erraram – e o Sr. Burns, dono da usina nuclear de Springfield, de Os Simpsons, é um herói. Em vez de energia solar, eólica ou hidroelétrica, a força que vai nos salvar do aquecimento global, quem diria, é a energia nuclear. 5SU27sd212</p> <p>Sem energia, os preços ficam mais caros, os investimentos escasseiam e os pobres ficam continuam pobres. 5SU27sd213</p> <p>Apesar de hoje se saber que o acidente foi provocado por falhas humanas grosseiras nos procedimentos básicos de segurança [...] Chernobyl fez a energia nuclear virar sinônimo de desastre e destruição. Grupos ambientalistas fizeram dela seu principal inimigo. A energia nuclear ficou tão associada ao mal que, poucos anos depois de Chernobyl, quando o desenhista Matt Groening criou o personagem Sr. Burns, o vilão de Os <i>Simpsons</i>, deu a ele o trabalho mais odioso da época: dono de uma usina de energia nuclear da cidade de Springfield. 5SU27sd214</p> <p>Mas os tempos mudaram. Enquanto as usinas nucleares avançaram em segurança e controle dos resíduos radioativos, o mundo passou a sofrer com o gás carbônico emitido pelas fontes tradicionais de energia, como o petróleo e as usinas termoelétricas a carvão. 5SU27sd215</p> <p>Num mundo em que o aquecimento global é o grande problema, especialistas em energia estão fazendo perguntas incômodas para muitos ecologistas: será que a energia nuclear, apesar de todos os riscos e dos resíduos atômicos, não teria sido uma alternativa menos danosa ao meio ambiente do que as fontes que liberam gases causadores do efeito estufa e que colocam em risco todo o planeta? E mais: será que a Terra tem tempo para esperar por fontes alternativas como a solar e a eólica? 5SU27sd216</p> <p>“Não”, diz o cientista britânico James Lovelock, professor da Universidade de Oxford, considerado o pai do movimento ambientalista por ter criado a Hipótese Gaia, teoria que inspirou milhares de ecologistas e cientistas na década de 1970 com a ideia de que a Terra é um organismo vivo. Em seu último livro <i>A vingança de Gaia</i>, esse senhor de 87 anos defende abertamente a expansão da energia nuclear para evitar que o impacto do aquecimento global seja ainda mais devastador. 5SU27sd217</p> <p>“Por ser velho o bastante, posso notar uma forte semelhança entre a atitude de mais de 60 anos atrás diante da ameaça da 2ª Guerra e hoje em face da ameaça do aquecimento global”, escreveu Lovelock. De acordo com ele, assim como a Inglaterra demorou para agir diante das investidas de Hitler em 1938, boa parte do mundo continua acreditando em tratados como o Protocolo de Kyoto – compromisso de vários países para reduzir suas emissões de carbono - , que, segundo Lovelock, não passa de uma forma política de os governantes ganharem tempo enquanto não sentem na pele a verdadeira dimensão do problema. 5SU27sd218</p> <p>Lovelock acha que está na hora de aperfeiçoar a revolução energética ocorrida há cerca de 250 anos que, mais tarde, seria conhecida pelo nome de Revolução Industrial. 5SU27sd219</p> <p>James Watt aperfeiçoou a máquina a vapor e o resto da história você já sabe: entramos na era industrial. 5SU27sd220</p> <p>Acontece que há pelo menos 3 décadas os cientistas sabem que os gases liberados por essa queima, como o dióxido de carbono, estão mudando o clima do planeta. Para muitos ambientalistas e climatologistas, já passou da hora de quebrar esse ciclo de queima de combustíveis fósseis. “Quaisquer que sejam as incertezas sobre o clima do futuro, não há dúvida de que tanto os gases de estufa como as temperaturas estão aumentando”, diz Lovelock. 5SU27sd221</p> <p>Ele não é o único a virar a casaca e pular para o lado das usinas atômicas. 5SU27sd222</p> <p>... o Instituto de Tecnologia de Massachusetts (MIT) em Cambridge, EUA, recomendou a expansão da energia nuclear por acreditar “que essa tecnologia, apesar dos desafios que enfrenta, é uma alternativa importante para os EUA e para o mundo prover suas necessidades... 5SU27sd223</p> <p>O que leva pesquisadores sérios a defender um antigo vilão da ecologia é que, nos últimos anos, essa tecnologia se mostrou muito mais segura e pacífica do que a opinião pública imagina. 5SU27sd224</p> <p>É difícil negar que nenhuma estratégia de marketing pode ser tão ruim para uma tecnologia como as bombas que caíram nas cidades japonesas de Hiroshima e Nagasaki, em agosto de 1945. Mas repudiar a energia nuclear pelo seu passado negro talvez seja tão absurdo quanto banir os aviões pelo simples fato de que eles também são usados para as guerras. 5SU27sd225</p> <p>Acontece que, apesar de graves, os acidentes nucleares são muito mais raros e causam bem menos mortes do que se imagina. A indústria nuclear se gaba de ser um dos setores mais seguros para trabalhar. 5SU27sd226</p> <p>Isso porque a tecnologia atual permite que os novos reatores sejam bem mais seguros do que os construídos no passado. 5SU27sd227</p> <p>...os procedimentos de segurança da energia nuclear seguem protocolos rígidos que são alterados à descoberta de qualquer vulnerabilidade. 5SU27sd228</p> <p>Como exemplo, tente imaginar como seria a reação pública brasileira e mundial caso o acidente na plataforma</p>
-------	--

	<p>de petróleo da Petrobrás P-36, que matou 11 pessoas e afundou R\$ 1 bilhão no oceano Atlântico, em 2001, tivesse ocorrido nas Usinas de Angra I ou II. Difícil acreditar que a reação pública teria sido a mesma, não? 5SU27sd229</p> <p>Mas ainda resta uma pergunta: por que não investir em fontes de energia renováveis, como a energia solar, eólica e hidráulica, que não emitem carbono nem produzem lixo radioativo? Essa é a grande questão para os opositores da energia nuclear. Para o Greenpeace, todo o discurso em prol do renascimento atômico não passa de oportunismo do setor para lucrar com o medo em torno do aquecimento global. 5SU27sd229</p> <p>... Rebeca Lerer, coordenadora da Campanha de Energia do Greenpeace no Brasil. "O movimento de retorno à energia nuclear vai na contramão da história, tanto no resto do mundo quanto, principalmente, no Brasil, que conta com muitas outras fontes alternativas limpas". 5SU27sd230</p> <p>Por isso, a maioria dos engenheiros acha loucura sustentar a matriz energética de um país em sistemas eólicos ou solares, como o Greenpeace propõe. 5SU27sd231</p> <p>Veja o caso da energia solar. Como armazenar eletricidade é caro e exige baterias imensas, cheias de metais pesados, os painéis voltaicos só produzem com sol batendo. À noite ou durante longos dias sem sol, nada de chuveiro quente, lâmpadas acesas ou hospitais funcionando. 5SU27sd232</p> <p>Ah, claro, ainda seria preciso torcer para que fizesse sol em todos esses campos. 5SU27sd233</p> <p>Já as usinas nucleares produzem quanto os técnicos desejarem e na hora que eles quiserem. Há o limte da quantidade de urânio disponível, mas ele não deve acabar nos próximos séculos. 5SU27sd234</p> <p>Até lá, a maioria dos países usam energia nuclear gastará anualmente milhões de dólares para garantir a segurança dos resíduos, armazenados, na maioria dos casos, em depósitos das próprias usinas, como é o caso de Angra I e Angra II, no Brasil. 5SU27sd235</p> <p>... graças à fiscalização rígida dos reatores, a energia atômica e ecológica já é realidade. 5SU27sd236</p> <p>Não deixa de ser curioso que a França, cujos cidadãos são conhecidos pela ferrenha força de suas posições políticas, seja o país em que a energia nuclear encontra menos resistência na opinião pública. Pouca gente que visita as tranquilas cidades medievais no interior do país costuma se dar conta de que a energia elétrica produzida lá tem origem em reatores nucleares. 5SU27sd237</p> <p>O visitante que procurar informações turísticas na cidade encontrará lá informações detalhadas da tecnologia "de última geração" de sua usina nuclear. 5SU27sd238</p> <p>Hoje, tanto a esquerda quanto a direita aceitam a energia nuclear com naturalidade e o país conta com quase 60 usinas espalhadas em seu território, chegando a exportar energia para os vizinhos, sem nenhum acidente com vítimas há décadas. 5SU27sd239</p> <p>... não podemos descartar o know-how que temos da tecnologia nuclear... 5SU27sd240</p> <p>... a ameaça do aquecimento global tem tornado imprudente tratar o tema de forma caricaturada. Até mesmo porque, dependendo do quato a Terra aquecer nos próximos anos, a fisionomia do planeta pode se tornar bem mais feia do que a cara enrugada do Sr. Burns. 5SU27sd241</p>
8SU37	<p>O jornal disse que vai ser uma das maravilhas do mundo!, arriscou o jovem professor Zhang LI, de 28 anos, membro do Partido Comunista e morador de Chongming, ilha no delta do rio Yang Tse onde será construída Dongtan. 8SU37sd242</p> <p>E o que faz de uma cidade uma ecocidade? Basicamente, seguir o caminho inverso de Xangai, Pequim, Shenzhen, Guangzhou, Chengdu e outras metrópoles chinesas. Ignorando a obsessão local em vencer a corrida pela construção da torre mais alta do mundo, a cidade verde terá prédios com 3 a 6 andares, que evitam o uso de elevadores e bombas-d'água. Ou seja, usam menos energia. 8SU37sd243</p> <p>Também será abolido o velho centrão das grandes cidades. Dongtan será na verdade uma rede de núcleos urbanos compactos e auto-suficientes, separados por plantações, parque ecológico, campo de golfe e de hipismo. Cada núcleo será composto de vilas pequenas o bastante para você chegar do centro a qualquer ponto numa caminhada de 10 minutos. 8SU37sd244</p> <p>Quase nada vai se perder por lá. 8SU37sd245</p> <p>A maior parte das propostas para Dongtan é simples, mas, como qualquer alteração no ecossistema, seus efeitos vão longe. Com o comércio local num bairro compacto, não será necessário pegar carro nem pata fazer compras. Sem carros, haverá menos poluição sonora; sem poluição sonora, não será necessário fechar a janela em dias mais quentes; de janelas abertas, não será necessário usar tanto ar-condicionado; sem ar-condicionado, será gasta menos energia elétrica, e, com a economia de energia, será cada vez menos necessário o uso de combustíveis fósseis. E, se Dongtan der certo, a China poderá dizer que seu crescimento é, sim, sustentável. 8SU37sd246</p>

	E agora um pouco do nosso futuro depende do que acontecer nesse pântano do outro lado do mundo, no nebuloso delta do Yang Tse. 8SU37sd247
15SU57	<p>À medida que o homem ficou preocupado com a higiene, materiais descartáveis viraram obsessão da sociedade. E por custar pouco (até 80% menos que o papel pardo) o material ganhou a preferência dos comerciantes. Como a consciência ecológica é fenômeno recente, só agora as leis restritivas começam a ganhar força. Isso não significa que o plástico vá sumir da sua vida. Afinal, ninguém vai querer misturar peixe com goiabada na sacola de compras de pano, uma das alternativas. 15SU57sd248</p> <p>Parece bom, mas não é tão barato, e a decomposição do plástico também libera gás carbônico na atmosfera, algo pouco desejável. 15SU57sd249</p> <p>A ciência já sabe de onde viemos. E quem leu a SUPER de novembro também. Mas e agora? Onde o Universo vai parar? Quem viver não verá. O breu vai ser total. 15SU57sd250</p> <p>Um técnico americano de beisebol, Yogi Berra, sintetizou tudo: “É duro fazer predições – especialmente quando são sobre o futuro”. Diante da veracidade dessa afirmação, os cientistas têm muito do que se orgulhar. A duras penas, conseguiram conceber teorias físicas que não só foram capazes de dizer como o Universo progrediu desde seu surgimento como também permitiram extrapolar de maneira razoável como o Universo irá se desenvolver daqui para os próximos zilhões de anos. 15SU57sd251</p> <p>A maior bomba nuclear que temos por perto está bem aí no seu nariz. É o sol. E ela vai detonar. 15SU57sd252</p> <p>em mais de 1 bilhão de anos a alegria da Terra vai acabar: as reações nucleares que acendem o astro estarão mais intensas. E o calor por aqui vai ser tamanho que fará com que todos os oceanos terrestres evaporem, o efeito se acentue de maneira radical e o planeta inteiro seja esterelizado. 15SU57sd253</p>
16SU67	<p>Tecnologia. A pílula que salva. 16SU67sd254</p> <p>Separar o lixo, economizar água, deixar o carro em casa. Tudo isso ajuda. Mas o que vai salvar mesmo o planeta do aquecimento tem nome: tecnologia. 16SU67sd255</p> <p>Apesar de você não agüentar mais ouvir falar que em pouco tempo sua vida ficará cada dia mais infernal, diga a verdade: você diminuiu o tempo do seu banho por causa do consumo de eletricidade? Trocou o carro pela bicicleta para reduzir a poluição? Parou de comprar produtos de empresas vinculadas ao desmatamento? Doou dinheiro a alguma sociedade de proteção à natureza e aos animais? Parou de comer carne? 16SU67sd256</p> <p>Se o mundo está entrando em colapso, como afirmam vários cientistas mais alarmistas, então por que você não faz a sua parte? E será que, mesmo se não mudarmos os hábitos dramaticamente, o planeta tem salvação? Sim, até tem. É o que você vai descobrir a partir de agora. 16SU67sd257</p> <p>A tese vem de Ted Nordhaus e Michel Schellenberger, chamados pós-ambientalistas americanos. Os dois sacudiram o mundo dos ecologistas em outubro passado com o livro <i>Break Through: From the Death of Environmentalism to the Politics of Possibility</i> (“Break Through: Da morte do ambientalismo para a Política da Possibilidade”, sem edição em português). Em outras palavras. Não é que você vai deixar de andar de carro. É que daqui a alguns anos ele vai rodar com álcool produzido a partir de uma planta qualquer (de maneira mais eficiente que a cana-de-açúcar) ou a eletricidade. 16SU67sd258</p> <p>A nova receita para salvar o mundo, dizem Nordhaus e Schellenberger, é investir com vontade em novas tecnologias. 16SU67sd259</p> <p>Várias empresas estão fazendo sua parte, especialmente agora que a mudança para um comportamento sustentável não só é bom para publicidade mas pode reduzir custos. 16SU67sd260</p> <p>Esses avanços tecnológicos pontuais são louváveis, mas para o rumo do planeta mudar é preciso fazer investimentos mais ambiciosos. 16SU67sd261</p> <p>As usinas nucleares, que por quase 20 anos foram demonizadas pelos ambientalistas, começam a ser novamente vistas com bons olhos pelos governos – basicamente porque conseguem gerar muita energia em um espaço pequeno e sem produzir nenhum gás do efeito estufa. A questão da segurança avançou bastante - é improvável hoje que aconteçam acidentes como o que atingiu Chernobyl, em 1987 -, mas o maior problema ainda é o que fazer com o lixo atômico, altamente radioativo. 16SU67sd262</p> <p>É possível que, com tanto dinheiro sendo investido e a necessidade de geração limpa de energia, uma tecnologia de fato inovadora venha à tona e mude os paradigmas. 16SU67sd263</p> <p>Muito bem, então devemos ficar com a consciência tranquila e esperar alguém inventar uma solução tecnológica milagrosa? Gerações anteriores pensaram assim e, como podemos ver agora, o resultado não foi muito bom. Lógico que não se deve deixar a responsabilidade somente nas mãos do governo e empresas.</p>

	<p>Cada um tem que fazer a sua parte – mas será que faz mesmo? Não que falte vontade. 16SU67sd264</p> <p>... o melhor jeito de mobilizar as pessoas para colaborar com o ambiente é elaborar um jeito de atingi-las individualmente. Nada adianta apelar ao senso de coletividade. 16SU67sd265</p> <p>... parece evidente que as estratégias usadas pelos ambientalistas atuais precisam ser revistas. É inegável que o movimento verde, de organizações como o próprio Greenpeace, a WWF e outras, foi importantíssimo no avanço da conscientização da sociedade em relação aos problemas da Terra. É um tanto difícil imaginar a aprovação de leis universais e imprescindíveis como as de preservação da fauna e flora ou de redução de emissões de alguns poluentes específicos sem a atuação efetiva desses grupos. 16SU67sd266</p> <p>Para os pós-ambientalistas, o foco deve ser investir no barateamento das energias renováveis. 16SU67sd267</p> <p>Já Paul Watson, ativista ambiental há quase 40 anos e fundador do Sea Shepard, movimento contra a pesca predatória nos oceanos, discorda que os ecologistas estejam nos dias de hoje usando estratégias ultrapassadas na missão de salvar o planeta. “A maior parte do progresso do movimento ambientalista foi conseguida por indivíduos e grupos focando objetivos específicos. É o sucesso acumulativo desses objetivos que faz o movimento”, diz. 16SU67sd268</p> <p>Por outro lado, tem muito ambientalista por aí revendo seus conceitos. É o caso de Carl Pope, diretor executivo do Sierra Club, a mais antiga organização ambientalista do mundo, fundada em 1892, nos EUA, e que hoje conta com 600 mil membros ativos. “A tarefa do ambientalismo no século 21 é totalmente diferente da que definiu o próprio movimento no século 20. Por 100 anos, aqueles que se chamavam primeiro de conservacionistas e depois ambientalistas, definiram sua tarefa como sendo de limitar e depois limpar a ordem industrial existente. Para os próximos 100 anos, nossa tarefa é dar forma, desenhar e acelerar a chegada de uma nova e sustentável ordem econômica”. Que assim seja. 16SU67sd269</p>
34SU78	<p>“Dar lugar pros gringo entrar”, como tocava o Raul, é uma das maiores lendas urbanas sobre a Amazônia. A ideia de que vão vender a floresta existe há décadas. E ganhou força de 2000 para cá. Coincidência ou não, foi depois que ongs ambientalistas dos EUA e da Europa começaram a comprar terrenos de floresta pelo mundo para impedir o desmatamento. 34SU78sd270</p> <p>Nesse cenário doido, em que o mapa do Brasil perderia sua Região Norte, o mais difícil seria encontrar um comprador disposto a pagar o justo. As estimativas do governo, afinal, é de que existam pelo menos US\$ 15 trilhões em reservas minerais e US\$ 5 trilhões em madeira sustentável, ou seja, que pode ser cortada, vendida e replantada. Ainda não entrou no cálculo a maior riqueza da região: metade das espécies vegetais e animais do planeta. Curas de doenças como a aids e o câncer podem estar escondidos em uma planta desconhecida, por exemplo – e, como a densidade de plantas lá e a maior do Universo conhecido, trata-se de um belo campo de pesquisas. 34SU78sd271</p> <p>Por outro lado, uma “Amazônia internacional” até que ficaria bonitinha depois de receber uma enxurrada de investimentos. Já o Brasil, coitado, poderia acabar realmente mal. Olha lá. 34SU78sd272</p>
35SU88	<p>Enquanto não enxergarmos o que acontece nos oceanos, não vamos protegê-los. 35SU88sd273</p> <p>Os bacalhaus da região de Grand Banks, a leste do Canadá, no oceano Atlântico, não estão conseguindo regenerar sua população mesmo com o fim da pesca comercial. Mais plástico se acumula no estômago dos albatrozes e as 175 espécies exóticas já instaladas na área que mais sofre com esse problema no mundo – a baía de São Francisco, nos EUA – causam prejuízos bilionários. 35SU88sd274</p> <p>O bom senso pede que tentemos salvar com urgência esse mundo invisível. Mas ele mostra que não veio com manual de conserto: ninguém sabe bem o que ainda está a tempo de ser salvo. 35SU88sd275</p> <p>Não vai ter escapatória. Em seu mais recente relatório, o Painel Intergovernamental sobre Mudanças Climáticas (IPCC, na sigla em inglês) afirmou pela primeira vez, sem meias palavras, que o aquecimento global é um fato e que a culpa é toda nossa. As empresas podem plantar florestas para compensar as chaminés, as pessoas podem trocar as lâmpadas convencionais por modelos mais econômicos, você pode substituir o carro pela bicicleta... Podemos até formar fila para ver o filme do Al Gore. Tudo isso é lindo e precisa ser feito. Mas não há como escapar das consequências do aquecimento que já produzimos e que vão mostrar as garras nas próximas décadas. 35SU88sd276</p> <p>A palavra de ordem dos engenheiros e arquitetos é “adaptação”, principalmente quando se trata de locais mais vulneráveis. Segundo o IPCC, adaptação, nesse contexto, “são ajustes nos sistemas humanos e naturais, possibilitando a resposta às mudanças climáticas e abrangendo seus prejuízos”. Em outras palavras, é preciso repensar a arquitetura das cidades e prepará-las para o pior. 35SU88sd277</p> <p>A boa notícia é que muita coisa já saiu do papel, principalmente nos países mais desenvolvidos, onde evidências de riscos no horizonte já estão rendendo iniciativas práticas. 35SU88sd278</p>

CÓD.	REVISTA EXAME
14EX37	<p>A ameaça do aquecimento global elevou definitivamente a sustentabilidade ao centro do debate público em todo o mundo. Nunca se falou tanto sobre o assunto como neste ano – seja na esfera política, seja dentro das empresas. O tema entrou também para a agenda do cidadão comum mundo afora. 14EX37sd279</p> <p>[...] até mesmo bandas de rock como Coldplay e Pearl Jam anunciaram a neutralização das emissões de carbono de suas turnês mundiais com o plantio de árvores. À parte os modismos, o barulho ajuda a amadurecer uma discussão que começou nos anos 80, com o surgimento do movimento ambientalista. 14EX37sd280</p> <p>Mais recentemente, a discussão convergiu para o conceito de sustentabilidade, criado pelo inglês John Elkington, fundador da consultoria SustainAbility, uma das mais conceituadas do mundo nessa área. Para Elkington – e para todos os seus seguidores -, nenhuma empresa é capaz de levar em consideração três aspectos: ambiental, social e econômico-financeiro, algo que ficou conhecido como <i>triple bottom line</i>. 14EX37sd281</p> <p>[...] mostra que a prestação de contas das metas sociais e ambientais – assim como das financeiras – das empresas é uma tendência irreversível. 14EX37sd282</p> <p>O levantamento desta edição aponta que essa é uma tendência inexorável, embora ainda exista um longo caminho a ser percorrido. 14EX37sd283</p> <p>Uma das mudanças mais emblemáticas da disposição das empresas em elevar o tema ao mesmo patamar de relevância das informações financeiras é a ligação entre os indicadores relacionados a aspectos ambientais e sociais e a remuneração dos executivos. 14EX37sd284</p> <p>Um dos maiores especialistas em estratégia empresarial da atualidade, Porter defende que o conceito de sustentabilidade – que se apóia nos aspectos ambiental, social e econômico-financeiro – deve ser visto como uma oportunidade de negócio e ser levada ao centro da estratégia das companhias. 14EX37sd285</p> <p>As empresas também apresentam metas cada vez mais ambiciosas no quesito ecoeficiência, sobretudo no que se refere ao consumo de água e energia. 15EX1207sd17</p> <p>Neste ano, a empresa começou a evitar auditores a seus fornecedores para verificar as condições de trabalho dos funcionários. 14EX37sd286</p> <p>A transição de uma abordagem teórica para outra baseada em métricas e mudanças práticas é um fenômeno que pode ser observado em todo o mundo. 14EX37sd287</p> <p>Para todas as empresas é também uma demonstração de que prestar contas das metas sociais e ambientais - assim como das financeiras – é uma tendência irreversível. 14EX37sd288</p> <p>Um grupo cada vez maior de companhias em todo o mundo vem se empenhando para dar choque de ecoeficiência à sua gestão. 14EX37sd289</p> <p>[...] e a crescente demanda da sociedade por uma atitude mais responsável criaram um novo e desafiador cenário para as empresas. 14EX37sd290</p> <p>Segundo ele, no mundo atual – com a internet e a constante troca de informações -, as empresas não podem mais ignorar críticas e ataques públicos. Nem se distanciar dos seus stakeholders. As contrários. A melhor receita é aproximar-se de cada um deles e procurar o entendimento. 14EX37sd291</p> <p>“Dessa maneira, todas as unidades da Coca-Cola conseguem listar as práticas que os stakeholders aprovam e as atitudes que eles gostaria que a empresa adotasse”, diz Shireman. 14EX37sd292</p> <p>O mercado de energias alternativas envolve cada vez mais empresas no país e deve movimentar quase 1,8 bilhão de reais em 2010. 14EX37sd293</p> <p>Aos poucos, porém, a empresa foi aprendendo a aproveitar as oportunidades do novo cenário. Hoje, mais de um quarto do consumo de energia da Telefônica vem de usinas movidas a bagaço de cana-de-açúcar. 14EX37sd294</p> <p>As empresas brasileiras do agronegócio nunca estiveram tão expostas a cobranças ambientais e sociais – e agora se mexem para transformar o risco em oportunidades. 14EX37sd295</p> <p>O agronegócio brasileiro ganhou um prestígio sem precedentes nos últimos anos. Alta produtividade, competitividade e tecnologia tornaram-se marcas de um segmento vital da economia que responde hoje por 92% do saldo da balança comercial brasileira. 14EX37sd296</p> <p>Hoje, organizações não-governamentais, clientes e sobretudo países concorrentes dos produtores brasileiros denunciam a prática de desmatamento ilegal, escravidão e uso do trabalho infantil. Embora a maioria das quase 6 milhões de propriedades rurais brasileiras opere dentro da lei, episódios criminosos como esses prejudicam a imagem de todo o setor. 14EX37sd297</p> <p>O resultado é que a vigilância sobre produtores de soja, usinas de cana e criadores de gado nunca foi tão</p>

grande. Até o etanol, tido como a grande alternativa aos combustíveis fósseis, é colocado em xeque – pelo risco de inflacionar o preço dos alimentos. Um grupo cada vez mais relevante de empresas começa agora a tentar reverter essa ameaça e a transformá-la numa boa oportunidade de negócios. 14EX37sd298

“A sustentabilidade entrou no planejamento estratégico das empresas do agronegócio, e quem não fizer isso terá problemas no futuro”, afirma Pedro Jaeyr Bongioiolo, presidente do grupo André Maggi, um dos maiores produtores de soja do Brasil. 14EX37sd299

A empresa está começando a certificar suas fazendas com o ISSO 14001, selo de garantia de boas práticas ambientais. “Já existem produtos que estão tendo dificuldade em obter as melhores condições de crédito porque não investem em práticas sociais e ambientais corretas”, diz Bongioiolo. 14EX37sd300

Além de aliviar as pressões, essas empresas estão melhorando os próprios resultados ao adotar políticas mais “sustentáveis”. 14EX37sd301

“Os resultados dessas empresas devem motivar a adesão de outras”, diz Marcos Jank, presidente da União das Indústrias de Cana-de-Açúcar de São Paulo. 14EX37sd302

Solução. Grandes exportadores como Bunge e Maggi criaram, recentemente, normas ambientais e sociais para seus fornecedores de grãos. Quem não se submeter a elas não conseguirá mais vender a essas companhias. 14EX37sd303

Para os produtores de soja, reverter os efeitos dessa crescente pressão ambiental e social exige um esforço ainda maior. 14EX37sd304

Um dos maiores celeiros de grãos do mundo, o Brasil fechará 2007 com uma safra de 58 milhões de toneladas de soja – produção que dobrou na última década. E, à medida que o mercado consumidor aumenta, a cultura avança sobre o bioma da Amazônia, região que compreende uma área de 367 milhões de hectares. 14EX37sd305

Trata-se de uma equação complexa, que acabou tornando a soja uma espécie de inimigo número 1 da floresta Amazônica. Para conter a invasão, os ativistas têm mirado nas grandes empresas exportadoras – e, em alguns casos, também em seus clientes. 14EX37sd306

Em maio de 2006, por exemplo, a Cargill, uma das maiores esmagadoras de soja do mundo, teve seu porto em Santarém, no estado do Pará, bloqueado pelo Greenpeace na tentativa de impedir o carregamento dos grãos que seriam destinados à Europa. As operações da empresa ficaram paradas por menos de 4 horas, mas os estragos já estavam feitos. Logo depois do episódio da Cargill, uma campanha organizada pelo Greenpeace chamada Comendo a Amazônia mobilizou redes de supermercados e fast food, entre elas o McDonald's, que passaram a pressionar a indústria de soja a não comprar grãos da região amazônica. O resultado é que as imposições dos importadores aumentaram e as processadoras tiveram de dar respostas à sociedade. 14EX37sd307

“Precisamos admitir que existe um passivo ambiental no setor e transformá-lo em um ativo ambiental no futuro”, diz Carlo Lovatelli, presidente da Associação Brasileira do Agronegócio. 14EX37sd308

“A mensagem dos compradores foi clara. Eles não vão adquirir soja da região amazônica”, diz Lovatelli. A Bunge, outra gigante do processamento de soja, criou regras rígidas nos quesitos social e ambiental para seus cerca de 70 000 fornecedores de grãos no país. 14EX37sd309

“Não é mais suficiente produzir bem e a um baixo custo. O importante é se a produção é sustentável no longo prazo”, diz Adalgiso Telles, diretor de comunicação corporativa da Bunge. 14EX37sd310

Há algumas iniciativas pontuais em que empresas ligadas à cadeia da soja começam a se unir para criar um movimento que acabe com essa imagem. É o caso do projeto Lucas do Rio Verde Legal, patrocinado pela fabricante de alimentos Sadia e pela Suiça Syngenta, uma das maiores produtoras de sementes do mundo. O programa pretende tornar o município mato-grossense de Lucas do Rio Verde – que tem cerca de 600 propriedades rurais concentra 1% de toda a soja produzida no país – o primeiro livre de passivos ambientais e trabalhistas do Brasil. Na fase inicial do projeto, organizado pela ONG americana The Nature Conservancy, foram mapeadas via satélite todas as fazendas da cidade e verificadas se as suas reservas estão em conformidade com a legislação, que prevê uma área de vegetação nativa equivalente a uma faixa entre 20% e 80% da propriedade. 14EX37sd311

Apesar das iniciativas, uma característica inerente ao agronegócio pode colocar em risco o fortalecimento desse movimento. A produção agropecuária gera commodities, e poucas são as empresas rurais que fortalecem suas marcas – o que impede o consumidor de saber, afinal, quem é quem no mercado. Essa é justamente a dificuldade que o setor exportador de carne vive no país. As fazendas de gado são campeãs na chamada lista suja do Ministério do Trabalho, que denuncia a ocorrência de situação semelhante à escravidão. 14EX37sd312

Em outubro, a insituição lançou o Seguro Carbono Neutro, seu primeiro produto “ambientalmente correto”. A iniciativa prevê que todos os clientes que comprarem apólices recebam um certificado de neutralização de gás

carbônico. 14EX37sd313

“Os bons negócios acontecem na medida em que o cliente percebe que esse banco pensa de um jeito diferente”, diz Teixeira. 14EX37sd314

Uma pesquisa feita em julho pelo Ibope com 1500 entrevistados mostrou que 53% dos consumidores brasileiros abandonariam seu fornecedor preferencial de um produto ou serviço se ele causasse algum prejuízo socioambiental. 14EX37sd315

Pesquisas feitas fora do Brasil também apontam oportunidades. Um levantamento do The Climate Group, organização que estuda o processo de mudanças climáticas, mostra que a maioria dos consumidores – 69% da Inglaterra e 74% nos Estados Unidos – é incapaz de relacionar o nome de uma única marca ao conceito de desenvolvimento sustentável. 14EX37sd316

“Companhias de todos os setores estão chegando à conclusão de que a questão ambiental é fundamental para seu crescimento”, diz Marilena Lavorato, diretora executiva da consultoria paulista Mais Projetos Corporativos. Os favoritos dos departamentos de marketing são os projetos de reflorestamento e neutralização das emissões. 14EX37sd317

Ocupar esse espaço é uma tarefa árdua sobretudo para empresas cuja natureza do negócio não é nada sustentável, como as petroquímicas. 14EX37sd318

Alvo de críticas ferozes dos ambientalistas, as multinacionais do setor resolveram adotar uma estratégia baseada em entretenimento para se aproximar dos consumidores e melhorar a própria imagem. 14EX37sd319

A mensagem é clara: desde que exista equilíbrio com outras fontes de energia, o uso do petróleo não é tão prejudicial assim. 14EX37sd320

A iniciativa da FedEx é um exemplo do fenômeno batizado nos Estados Unidos de *greenwash*. O termo se refere a empresas que alardeiam fervorosamente um engajamento ambiental – mas não conseguem transformar o discurso em prática. 14EX37sd321

Apesar disso, menos de 8% das vendas do grupo são atualmente geradas por produtos verdes. Adaptar-se a esses novos tempos não tem sido uma tarefa fácil. O desafio cresce na mesma proporção das exigências de uma sociedade cada vez mais informada e preocupada. 14EX37sd322

Uma pesquisa do Ibope com 1500 entrevistados mostra que os brasileiros estão cada vez mais atentos ao que as empresas fazem quando o assunto é sustentabilidade. 14EX37sd323

O caminho até a venda de créditos de carbono pode ser longo, exaustivo e caro [...]. Um projeto leva de dois a quatro anos para ser concluído por uma grande empresa. 14EX37sd324

O esforço vale a pena. O valor da venda de créditos pode superar em até três vezes o investimento para sua realização. 14EX37sd325

O choque de gestão do programa acabou despertando o espírito empreendedor dos cooperados. Além de aumentar a produtividade, eles começaram a pensar na evolução do próprio negócio. 14EX37sd326

Passadas duas décadas, as empresas não só descrevem seu relacionamento com empregados como também fornecedores, meio ambiente, comunidades nas quais suas operações estão inseridas, investidores e órgãos de governo - um calhamaço de informações que pode alcançar 200 páginas e hoje é mais conhecido como relatório de sustentabilidade. 14EX37sd327

Apesar dos avanços, o GRI não está imune às críticas dos especialistas. Uma delas é a que, como modelo pressupõe adequação voluntária, não existe obrigatoriedade de as empresas reportarem todos os indicadores. Com isso, algumas companhias deixaram de lado aspectos críticos ou delicados. 14EX37sd328

“Como ele será cada vez mais usado para complementar a análise financeira das empresas, é natural que sua elaboração seja menos encabeçada pela comunicação e mais por áreas estratégicas das companhias, afirma Gláucia. 14EX37sd329

Nem mesmo o dinamarquês Bjorn Lomborg, conhecido por contradizer as previsões ambientais mais catastróficas, duvida que o aumento dos níveis atmosféricos de dióxido de carbono vem causando mudanças climáticas. O aquecimento global é real e foi causado pela humanidade” diz ele em seu novo livro *Cool It – The Skeptical Environmentalist’s Guide to Global Warning* (em português, algo como “Calma lá - o guia do ambientalista cético para o aquecimento global”). 14EX37sd330

Lomborg, porém, questiona o que chama de histeria e o gasto excessivo em programas de redução das emissões de gases de efeito estufa. Segundo ele, o Protocolo de Kyoto custaria 180 bilhões de dólares por ano se todos os países participassem e cumprissem suas promessas. 14EX37sd331

O cientista político usa dados concretos para abrandar os discursos alarmistas. 14EX37sd332

“Precisamos lembrar que o objetivo final não é reduzir as emissões de gases do aquecimento global em si, mas melhorar a qualidade de vida e do meio ambiente”, afirma. 14EX37sd333

<p>17EX48</p>	<p>A indústria automobilística aperta os cintos de segurança e se prepara para a maior transformação de sua história. Pressionadas pela dependência do petróleo, pela ameaça da mudança climática e pelos novos hábitos dos consumidores, as montadoras e uma nova geração de empreendedores abrem uma era de inovações tecnológicas que podem transformar o motor de combustão numa peça de museu. 17EX48sd334</p> <p>Queimar petróleo perde glamour com uma velocidade assustadora. A indústria automobilística, gigante que movimentava 2,5 trilhões de dólares e emprega 50 milhões de pessoas em todo o mundo, hoje dá os primeiros passos na maior transformação de sua história. 17EX48sd335</p> <p>As montadoras não ganham dinheiro vendendo gasolina. Elas vendem mobilidade. Nunca se viu um esforço tão grande para abandonar, ou pelo menos manter sob controle, o vício do petróleo. 17EX48sd336</p> <p>Sinais inequívocos dessa transformação foram vistos no Salão de Detroit, a pompa anual das montadoras americanas no início de janeiro. O verde foi a cor dominante, e ele não estava na pintura dos carros: estava debaixo dos capôs. 17EX48sd337</p> <p>Isso, ao que tudo indica, é uma das poucas certezas com relações ao carro do futuro. “A redução das emissões terá soluções diferentes em cada região, em cada país”, diz Paulo Cardamone. “Não existe uma única resposta para esse problema”. O Brasil está na privilegiada situação de contar com o clima ideal e séculos de experiência com a cana-de-açúcar, hoje ainda a melhor fonte para gerar etanol. 17EX48sd338</p> <p>Como se não bastasse o desafio de criar o carro do futuro, as montadoras terão de se virar para criar um novo carro do presente. 17EX48sd339</p> <p>Em tempos de sustentabilidade, conceber novas maneiras de cuidar do meio ambiente virou obsessão de praticamente todas as grandes companhias do mundo. 17EX48sd340</p> <p>Trata-se de uma mudança radical na maneira como as empresas têm de pensar seu negócio. Até agora, as companhias se limitavam a assegurar que seus produtos chegassem às prateleiras. O que o consumidor fazia com eles não lhes dizia respeito. Hoje, elas começam a trilhar o caminho inverso, o do consumidor de volta à empresa – num movimento conhecido como logística reversa. Esse esforço foi iniciado por duas principais razões. A primeira é a crescente pressão das ONGs, que defendem a redução da produção de lixo do planeta, especialmente o gerado pelo consumo de equipamentos eletrônicos. 17EX48sd341</p> <p>Também os governos estão mais atentos à questão – a segunda razão a impulsionar a logística reversa. Nos últimos meses, vários países têm buscado endurecer a legislação referente a questões ambientais. 17EX48sd342</p> <p>Para colocar em marcha esse novo processo, porém, o ponto de partida é convencer os consumidores a devolver os aparelhos velhos em vez de jogá-los no lixo. 17EX48sd343</p> <p>Nos próximos anos, é quase certo que muitas outras empresas, dos mais diferentes setores, sigam a mesma trilha. 17EX48sd344</p>
<p>18EX58</p>	<p>[...] deveriam se engajar na criação de produtos ambientalmente corretos. 18EX58sd345</p> <p>A convicção de que aquele era o caminho certo a ser seguido parte do mesmo princípio que norteou a companhia em mais de um século de história: a busca pelo lucro. O pragmatismo de Immelt é resumido “<i>Green is green</i>”, que faz uma relação de causa e efeito direta entre produtos sustentáveis e dólares. 18EX58sd346</p> <p>Passados pouco mais de três anos, Immelt está à frente da mais arrojada estratégia de lançamento de produtos verdes do mundo. 18EX58sd347</p> <p>Mesmo não sendo pioneiro de um movimento cada vez menos excêntrico (e quase mandatário para grandes companhias), Immelt construiu um império de produtos verdes que supera o de algumas das companhias que partiram para esse caminho há mais tempo, como a indústria química americana DuPont, que começou a desenvolver seus produtos verdes há mais de uma década. 18EX58sd348</p> <p>Graças à sua proporção e à diversidade de suas atividades, a Ge é hoje o exemplo mais elocuente dos desafios que uma empresa enfrenta ao colocar em prática uma estratégia verde. 18EX58sd349</p> <p>Há cinco anos, a companhia – famosa pelo foco em resultados e pela meritocracia levada às últimas conseqüências – nem sequer contabilizava seu impacto ambiental. 18EX58sd350</p> <p>“O crescimento dos negócios do Ecoimagination em mercados emergentes sugere que os resultados da empresa devem melhorar”, afirmou a analista Deane Dray, do Goldman Sachs, em seu relatório. Como prega Immelt, o que parece, o green está começando a se transformar em green. 18EX58sd351</p> <p>Criar condições básicas para atrair empresas como a Sadia foi fundamental para que Lucas desse um passo para o projeto de se transformar na mais verde das cidades brasileiras. Em 2006, por meio de parcerias com a iniciativa privada e com a ONG americana The Nature Conservancy (TNC), a cidade lançou um projeto</p>

socioambiental que hoje a projeta como referência no Brasil e no exterior. Batizado de Lucas do Rio Verde Legal, o programa tem dois objetivos. O primeiro deles é recuperar as áreas de nascentes desmatadas irregularmente nas últimas décadas, cumprindo a lei federal que determina que cada fazendeiro mantenha a mata nativa em 35% da área de sua propriedade. 18EX58sd352

Ao optar por políticas socialmente responsáveis, Lucas tenta garantir a própria sustentação da sua economia. 18EX58sd353

No começo de 2005, a ONG Greenpeace agraciou o governador do Mato Grosso, Blairo Maggi, com o sarcástico troféu “motoserra de ouro”, numa alusão ao desmatamento da floresta. Um ano depois, o porto da multinacional americana Cargil, em Santarém, seria fechado em outro protesto do Greenpeace. 18EX58sd354

A prefeitura contratou a empresa paranaense Senografia, especializada em mapeamento por satélite, para radiografar cada palmo dos 3.600 quadrados do município, revelando as áreas a ser reflorestadas. 18EX58sd355

Os produtores locais lembram que no início do desbravamento das terras eles cumpriam ordens do exército, que trazia colonos sulistas para ocupar o Centro-Oeste e a Amazônia. “A orientação dos coronéis era desmatar usando dois tratores ligados por correntes”, diz o gaúcho Helmut Klawisch, produtor de soja na região há mais de duas décadas. 18EX58sd356

“Tem muita ONG baderneira por aí, e eu não ia acreditar numa coisa só porque tem a palavra ‘legal’ no nome”, diz ele [Clóvis Cortezia, produtor de soja]. Foi só depois de ver as imagens por satélite de sua propriedade e de ser informado sobre os benefícios que o reflorestamento traria para a preservação dos mananciais que Cortezia aderiu. 18EX58sd357

“O sucesso de Lucas é um exemplo a ser seguido não apenas no Brasil mas também pelos produtores de soja do Paraguai, do Uruguai e da Argentina”, afirma o economista Goldsmith, que já visitou o Mato Grosso em duas ocasiões. “A grande maioria dos produtores desses países sabe como plantar e colher grãos, mas tem uma grande lição de casa à frente, seja no campo ambiental, seja no trabalhista. 18EX58sd358

Lançada há um ano no Congresso Nacional, com o apoio da subsidiária brasileira da Coca-Cola e de organizações não-governamentais, como a SOS Mata Atlântica, a Frente Parlamentar Ambientalista se propõe a combater o aquecimento global e a promover o avanço das leis ambientais brasileiras. Com 323 senadores e deputados, a frente exibe uma notável diversidade ideológica. No grupo há desde militantes verdes históricos, como o deputado Fernando Gabeira, até parlamentares recém-convertidos à causa ecológica, como Clodovil, Paulo Maluf e Fernando Collor. Quer pelo tamanho, quer pelo ecletismo, a composição da frente é uma demonstração inequívoca da força e do alcance da bandeira ambiental no Parlamento. Foi-se o tempo em que as discussões se restringiam a temas quase clássicos, como a preservação da Amazônia. 18EX58sd359

“Em razão do maior interesse público em meio ambiente, estamos assistindo a uma intensificação desse lobby no Congresso”, diz o deputado Fernando Gabeira. 18EX58sd360

Operando principalmente por meio de entidades de classe, como a Federação das Indústrias do Estado de São Paulo (Fiesp), e em parceria com ONGs, o lobby verde corporativo busca influenciar os parlamentares e o governo como um todo. “Nesse campo, as empresas e os setores mais modernos da economia têm três interesses principais, todos legítimos: aprimorar suas práticas, ganhar dinheiro e melhorar sua imagem”, diz Eduardo Carlos Ricardo, diretor da Patri Políticas Públicas, que presta consultoria a entidades como a Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos. 18EX58sd361

A discussão é acalorada. 18EX58sd362

De acordo com a ONG Compromisso Empresarial para a Reciclagem, que reúne empresas como a Ambev e Unilever, o país recicla atualmente 18% do lixo urbano seco, empregando cerca de 1 milhão de catadores de papel e latas de alumínio. Apesar disso, boa parte das companhias enxerga o tratamento de lixo mais como fardo do que como oportunidade de negócios. A resistência é antiga. Desde 1993, quando o primeiro projeto de lei sobre o tema, de autoria do então deputado Fábio Feldman, chegou ao Congresso, entidades empresariais atuam em Brasília para evitar que a reciclagem dos resíduos sólidos onere as empresas. “No Brasil, grande parte da indústria ainda se opõe ao conceito da responsabilidade pós-consumo, que já é uma realidade na Europa”, diz Feldmann. 18EX58sd363

Considerados referência mundial em termos de lobby, os Estados Unidos têm os mais poderosos grupos de pressão no setor ambiental, sejam eles formados por ONGs ou advogados especializados no tema. Segundo uma recente reportagem da revista *Newsweek*, por causa do lobby da indústria petrolífera e dos pecuaristas que o estado do Texas se tornou o mais poluído do país. Tal título deve ser atribuído à influência de empresas como a Exxon Mobil, sediada em Houston, que tem feito lobbies bem-sucedidos até mesmo contra programas estaduais de incentivo à instalação de painéis de energia solar em residências. O maior problema de movimentos como o da Exxon é que cada vez mais as empresas que se mostram contrárias a medidas ambientalmente responsáveis ganham a antipatia dos consumidores – um efeito colateral que pode jogar por

	<p>terra o trabalho de qualquer lobista. 18EX58sd364</p> <p>Essa preocupação ambiental contaminou até mesmo ecocéticos de carteirinha, como o americano Robert Lutz, vice-presidente mundial da General Motors. (Anos atrás, Lutz afirmou publicamente que “os automóveis não poluem o planeta tanto assim”.) Ele anunciou, no começo de 2008, que a maior montadora do mundo se prepara para lançar o Volt, um carro movido a eletricidade. “O petróleo continuará a ser dominante nos próximos 20 anos, mas é certo que outras tecnologias, como a dos motores híbridos, a do biocombustível e a eletricidade, serão cada vez mais numerosas”, disse Lutz a EXAME. 18EX58sd365</p> <p>...o Greenpeace fez manifestações nas quais acusava os carros fabricados pela Porsche de empocalhar o meio ambiente. 18EX58sd366</p> <p>A pressão de ONGs e de consumidores está mudando as leis que regem o nível de emissões de carbono dos automóveis. O governo da França, por exemplo, endureceu drasticamente as regras. 18EX58sd367</p> <p>O Brasil tornou-se um dos pioneiros no etanol feito à base de cana-de-açúcar. “Não acredito em um remédio que resolverá sozinho a substituição do petróleo, mas em um conjunto de muitas tecnologias”, afirma o alemão Peter Schreyer, diretor de design da coreana Hyundai e cuja função é imaginar exatamente como poderão ser as máquinas nas próximas décadas. Agassi e seus sócios acreditam que o sistema criado por eles será a grande estrela entre as soluções. 18EX58sd368</p> <p>Apesar dos conflitos históricos, o Wal-Mart tem se aproximado de algumas ONGs. No Brasil, uma das mais próximas é a Imaflo, dedicada à promoção do uso sustentável da madeira e de outros ativos naturais. É com a ajuda dela que o Wal-Mart tem incentivado seus fornecedores a trocar o papel das embalagens e a madeira usada em muitos de seus produtos – antes sem garantia de procedência – pela matéria prima certificada segundo os padrões do Conselho de Manejo Florestal (na sigla em inglês, FSC), o mais respeitado mundialmente. 18EX58sd369</p> <p>...estamos convencidos de que a questão ambiental vale o esforço. 18EX58sd370</p> <p>Em tempos de disputa cada vez mais acirrada por um espaço de destaque nas gôndolas, a conclusão óbvia é que a estratégia de diferenciação verde do Wal-Mart, a ser replicada em todas as lojas até o fim deste ano, deve semear uma competição na indústria. 18EX58sd371</p> <p>Um grupo de empreendedores brasileiros já vê nos negócios verdes uma via de inovação, de aproximação com um mercado nascente e crescente, uma realização ideológica e – sobretudo - um modo de fazer dinheiro. 18EX58sd372</p> <p>Com receitas da venda de petróleo, Abu Dhabi vai erguer a cidade mais ecológica do mundo. 18EX58sd373</p> <p>Abu Dhabi, por sua vez, quer se tornar um modelo e centro de desenvolvimento de projetos de sustentabilidade no Golfo Pérsico. “O que poderia ser melhor do que investir o faturamento de nossa indústria de petróleo e gás em algo que pode nos garantir a liderança em energia também no futuro?”, perguntou num pronunciamento oficial o sultão Ahmed Al Jaber, presidente da Abu Dhabi Future Energy, empresa formada pelo governo para desenvolver projetos sustentáveis e tecnologias de energias renováveis. 18EX58sd374</p> <p>Se depender dos xeques, a paisagem do deserto deve mudar radicalmente nas próximas décadas. 18EX58sd375</p> <p>A jornada verde do ex-exterminador do futuro já registrou algumas conquistas, como uma legislação para impor limites à emissão de gases de efeito estufa e os primeiros resultados de um programa de mudança da matriz energética do estado da Califórnia. 18EX58sd376</p> <p>Um dos maiores méritos do discurso do governador até agora tem sido o efeito multiplicador e a capacidade de levar o debate a todo o país. 18EX58sd377</p> <p>O cientista político dinamarquês Bjorn Lomborg costuma provocar arrepios nos ambientalistas mais ortodoxos. 18EX58sd378</p> <p>A obra é uma espécie de libelo contra a tese vigente de que as emissões de carbono devem ser reduzidas a qualquer custo em prol da sobrevivência do planeta. Lomborg não nega o aquecimento global. Questiona, porém, se empresas e governos deveriam mesmo gastar bilhões de dólares para combatê-lo quando tantos problemas prementes, como fome e doenças tropicais, ainda assolam o mundo. 18EX58sd379</p> <p>Uma das etapas mais críticas para fazer a estratégia verde dar certo é uma preocupação absolutamente inédita para essas fabricantes – convencer os consumidores a devolver os aparelhos em vez de eles simplesmente colocá-los na gaveta ou jogá-los no lixo. 18EX58sd380</p>
25EX68	<p>Capitalismo: a salvação para a Amazônia 25EX68sd381</p> <p>Só o desenvolvimento econômico pode eliminar o principal predador da floresta: a pobreza extrema. 25EX68sd382</p>

Há três anos, motivada pela escalada do preço do alumínio, a americana Alcoa chegou a Juriti para investir 1,3 bilhão de reais na instalação de uma mina. Desde então, a cidade com 35.000 habitantes, vive um frenesi. Brotaram ali dezenas de novos empreendimentos, como hotéis, restaurantes e até mesmo uma filial da rede de lojas de cosméticos O Boticário. 25EX68sd383

Para arrancar a bauxita escondida debaixo da floresta - a área de lavra situa-se na mata virgem a 50 quilômetros do centro da cidade – a Alcoa segue o primeiro plano de sustentabilidade do setor de mineração na Amazônia. 25EX68sd384

Na base de pico do projeto, a Alcoa emprega 8.000 funcionários, dos quais 80% são paraenses. “No começo, eu não gostava dessa história de mina, porque achava que os gringos só queriam roubar nossa riqueza”, diz o líder comunitário João Gomes do Nascimento, de 53 anos. “Mas agora, quando penso no futuro dos meus filhos, quero que eles arrumem emprego na Alcoa”. 25EX68sd385

O projeto da Alcoa em Juriti – e os efeitos que já produz na cidade – diz respeito aos desafios do futuro da Amazônia, uma região cujo potencial de geração de riqueza é tão vasto como sua própria imensidão, correspondente a 61% do território nacional. A exploração da região se impõe tanto do ponto de vista econômico quanto do interesse da população, que precisa de renda, educação e saúde. 25EX68sd386

A pobreza extrema e a falta de alternativas econômicas são os maiores predadores da Amazônia. Para esses brasileiros, sejam eles gente da região ou migrantes vindos do Maranhão ou do Piauí, a motoserra é um ganhador. 25EX68sd387

Quando o dinheiro acaba, liga-se de novo a motoserra. 25EX68sd388

Mas a história pode ser diferente. Trilhões de dólares estão ocultos na região, à espera de projetos que combinem a força motriz do capital com a visão de que a região requer tratamento especial, dada sua importância mundial. 25EX68sd389

Hoje, a Amazônia é uma benção natural transformada em usina de problemas. Eles vão do catastrofismo de certas ONGS antidesenvolvimento à devastação, da falta de controle que a transforma em terra de ninguém ao sistema público que permite que bebês morram como moscas em maternidades e crianças sejam misturadas a bandidos em cadeias. 25EX68sd390

No total, cerca de 20% dela já foi devastada, boa parte em atividades de baixo resultado econômico, como pecuária extensiva e corte ilegal de madeira. 25EX68sd391

Em tempos de mudança climática, aos olhos da opinião pública mundial, a Amazônia está para o Brasil assim como o Tibete está para a China. A destruição da mata acarretaria uma severa condenação internacional, manchando a imagem do país e a reputação de empresas como Petrobrás, Vale e Embraer, que le lançam ao mercado externo. Por isso, é vital o Brasil virar o jogo: deixar de ser visto como predador e mostrar que está no caminho da exploração sustentável - e rentável. 25EX68sd392

A principal conclusão é que o desenvolvimento da região passa necessariamente – pasmem! – por empreendimentos de grande escala, sejam pólos de mineração, hidroelétricas ou exploração florestal. Esqueça as pequenas iniciativas para ajudar comunidades ribeirinhas. Quem busca uma efetiva solução deve, antes de tudo, mirar grandes obras que sejam tocadas por empresas de porte e com objetivo de lucrar com a floresta. “Desde que executados de forma sustentável, tais projetos cumprem um papel vital na formação da economia, levando também serviços básicos a comunidades carentes”, diz o ministro do Meio Ambiente, Carlos Minc. 25EX68sd392

Dona dos maiores estoques de biodiversidade, madeira e água doce do mundo, a Amazônia é uma riqueza cujos significado e valor financeiro não têm sido corretamente avaliados. Estimativas colhidas por EXAME mostram que apenas os recursos minerais e florestais somam, por baixo, 24 trilhões de dólares. 25EX68sd393

Mas tudo leva a crer que a mata esconda mais tesouros. 25EX68sd394

Deflagrada no governo JK, a primeira onda de colonização da região aconteceu antes do surgimento do conceito de sustentabilidade. 25EX68sd395

Assim como o restante do país, a Amazônia é marcada pela desigualdade e por mão-de-obra desqualificada. A conjunção do baixo nível educacional e econômico com um ambiente inóspito ao empreendedorismo impede que as cidades amazônicas sejam centros de prestação de serviços e de excelência biotecnológica, uma vocação óbvia da região. 25EX68sd396

Maior instituto de biologia tropical do mundo, o Inpa não dispõe de conexão de internet banda larga. A maior parte de seu corpo científico já passou dos 50 anos, e não há verba para contratar jovens doutores. 25EX68sd397

A corrida científica também esquenta em Cingapura, onde o laboratório suíço Novartis investe 880 milhões de dólares num complexo de laboratórios para estudar princípios ativos – substâncias naturais, como veneno de cobra e enzimas vegetais, com potencial de produção de drogas e cosméticos – provenientes das florestas

asiáticas. Não fosse a xenofobia brasileira, o que se passa em Cingapura poderia estar ocorrendo em Manaus. 25EX68sd398

Recentemente a Academia Brasileira de Ciências propôs ao governo um plano para fortalecer os centros de pesquisa existentes, contratar jovens doutores e criar novas universidades, ao custo de 1 bilhão de reais por ano. O governo ainda não respondeu. 25EX68sd399

Sempre que o desmatamento da Amazônia cresce, o Brasil é acusado de devastar um bem indispensável ao planeta. Invariavelmente, a resposta do governo brasileiro usa o bordão “A Amazônia é nossa”. 25EX68sd400

Mas a Amazônia não está sob ataque alienígena. “Adoraria dizer que os gringos estão devastando a Amazônia, mas isso não é verdade”, diz o ministro do Meio Ambiente, Carlos Minc. Os grandes responsáveis pela destruição são grileiros, pecuaristas e madeireiros ilegais, que abastecem o mercado interno”. Quanto à biopirataria, os riscos também são pequenos. 25EX68sd401

Caso o setor madeireiro se modernize, ele contará com uma tremenda janela de oportunidade. 25EX68sd402

Além de abastecer o próprio ecossistema, a umidade amazônica cumpre papel vital na regulação climática de boa parte do continente sul-americano. 25EX68sd403

“O recado dos cientistas não poderia ser mais claro: o avanço do desmatamento vai reduzir drasticamente o volume de chuvas no centro-sul do país”, diz o ecologista Philippe Fearnside, do Inpa. “O resultado pode levar a racionamentos e perdas para o agronegócio”. Daí a necessidade de que se pague para manter a floresta em pé. “Um dos caminhos mais promissores é o mercado de créditos de carbono, que deve explodir na próxima década”, diz o biólogo americano Thomas Lovejoy, uma das maiores autoridades mundiais sobre a região. 25EX68sd404

Um dos maiores problemas da Amazônia é o caos fundiário. Até hoje o governo ignora a quem pertencem 710.000 quilômetros quadrados de florestas, mas desconfia que boa parte desse território esteja nas mãos de grileiros. 25EX68sd405

Como se vê, em qualquer tipo de atividade econômica, em se tratando de floresta Amazônica, a natureza já fez sua parte, dotando-a de um patrimônio ímpar. Agora cabe ao país ter a visão, o talento e o empenho necessários para criar um novo tipo de capitalismo – selvagem, no bom sentido do termo – contra o ronco predatório da motosserra. 25EX68sd406

O estado detém a maior média de produtividade do Brasil nessa cultura, equivalente ao nível alcançado pelos plantadores de soja americanos, os mais eficientes do mundo. 25EX68sd407

“Clima muito favorável, solo que facilita a mecanização, uso da melhor tecnologia disponível e, sobretudo, uma massa de produtores muitíssimo preparados para fazer uso desse conhecimento”, afirma André Pessoa, diretor da Agroconsult, especializada em agronegócio. 25EX68sd408

Números e bate-boca a parte, porém, o que parece que ficou claro para o governador de Mato Grosso - assim como para deputados, associações de produtores, cientistas, ONGs e outros formadores de opinião da região - é que o estado não pode aceitar ou ignorar o estigma de destruidor da Amazônia. 25EX68sd409

É exatamente por isso que talvez essa região seja o maior desafio ambiental brasileiro. 25EX68sd410

A história do desmatamento no Estado tem um enredo muito mais complexo que o noticiário costuma mostrar. Seu principal fio condutor é uma legislação que muda ao sabor das pressões e das ideologias dos governos de plantão. Hoje vistos como impiedosos destruidores de árvores, os agricultores matogrossenses já foram considerados desbravadores fundamentais para a soberania nacional. 25EX68sd411

“Ninguém veio para cá catar coquinho. Não temos a cultura extrativista em nossas veias. E isso não vai mudar”. (Blairo Maggi, governador do Mato Grosso) 25EX68sd412

Os ambientalistas festejaram a medida. Mas as pessoas como o pecuarista americano John Carter, dono de terras em Mato Grosso, ainda enxergam com ceticismo. “Ela é contraproducente e, de certa forma, instiga a desobediência civil”, diz ele. 25EX68sd413

Os índios roubavam seu gado, e a fumaça das queimadas provocadas pelos produtores para colocar a floresta abaixo era tão constante e forte que, durante o dia era impossível enxergar um palmo à frente do nariz. “Passei a ter ódio dos índios ladrões e dos idiotas que estavam botando fogo naquela mata maravilhosa”, afirma. Para resolver a questão ele foi até a tribo ameaçar os índios. Lá, viu crianças famintas e adultos jogados na marginalidade pela pobreza. A preservação da cultura xavante era quase uma obra de ficção – bonita no papel, feia na realidade. Carter decidiu, então, se aproximar dos índios e de outros pecuaristas. “Percebi que eles eram pessoas trabalhadoras, que tinham vindo de longe ganhar a vida ali”, diz ele. “Este não é um estado dominado por bandidos”. Hoje, Carter é o homem à frente da Aliança da Terra, ONG sediada em Água Boa, cidade da região é realizado o maior leilão de gado de corte do estado. A Aliança da Terra tenta convencer pecuaristas e agricultores a adotar critérios socioambientais na gestão de suas áreas. Para isso uma equipe de engenheiros ambientais e técnicos agrícolas recebe dos donos a permissão para entrar nas propriedades e

	<p>fazer um diagnóstico meticuloso de seus problemas ambientais. 25EX68sd414</p> <p>Há mais de dez anos na região, Carter está convencido de que a política de repressão adotada pelo governo está fadada ao fracasso. “Comparo o Ibama a um grupo terrorista”, diz. “Além disso, o instituto não oferece nenhuma ajuda para que os produtores mantenham intactas e protegidas suas áreas áreas de reserva”. 25EX68sd415</p> <p>Em agosto do ano passado, a floresta de Carter foi vítima de um incêndio criminoso e ardeu durante dias. Ele pediu socorro ao Incra e à Sema. Nada foi feito. Num sobrevoo realizado por EXAME ao longo da reserva queimada, foi possível ver algumas clareiras e pequenas cabanas. “São grileiros”, diz Carter. “Estão invadindo minhas terras, mas não há nada que eu possa fazer para tirá-los de lá. Tanta impotência explica porque, do alto, é comum ver outras áreas de reserva completamente isoladas no meio de uma lavoura interminável de soja. Sob a lógica ambiental, o ideal seria que elas estivessem conectadas às áreas verdes dos vizinhos, formando assim corredores que fomentariam a biodiversidade. Sob a lógica de um lugar onde o Estado é ausente, o mais seguro é deixá-las ali mesmo, isoladas na lavoura. 25EX68sd416</p> <p>“Nunca na história do planeta um país conseguiu implantar uma legislação ambiental tão rigorosa numa extensão florestal tão gigante”, afirma o ambientalista Nepstad. 25EX68sd417</p> <p>Carter não é o único empenhado em tirar o Mato Grosso da linha de tiro na qual ele se encontra. Um dos mais bem-sucedidos empresários do estado, o gaúcho Otaviano Pivetta, que também é deputado estadual, afirma que sua missão mais importante hoje como político é fazer decolar o projeto MT Legal. 25EX68sd418</p> <p>O modelo a ser replicado é o de Lucas do Rio Verde. Responsável por 1% da produção nacional de soja, a cidade conseguiu mapear a situação ambiental de seus 360.000 hectares – num trabalho de parceria entre prefeitura, ONGs e empresas privadas. A cidade tem agora as condições básicas para corrigir erros cometidos no passado. “Não há nada mais crucial para Mato Grosso hoje do que se livrar dessa nuvem negra”, diz Pivetta. O MT Legal está sendo apoiado por Maggi. Para o governador, porém, o grande desafio hoje é outro. “Precisamos tornar a nossa pecuária mais moderna e eficiente”, diz ele. 25EX68sd419</p> <p>“Com o desenvolvimento da pecuária, mais áreas poderão ser destinadas à agricultura e a pressão para o desmate diminuirá”, afirma Maggi. 25EX68sd420</p> <p>(Os últimos dados do Inpe, relativos a maio, mostram que Mato Grosso continua a liderar o desmatamento na Amazônia.) O governador pode estar certo de que o mundo está de olho para saber se ele irá cumprir sua palavra. 25EX68sd421</p>
31EX78	<p>Poucos temas dentro das empresas hoje são tão abrangentes e controversos quanto a sustentabilidade. Ser sustentável é uma proposição que envolve desde a preocupação com o impacto ambiental até a responsabilidade de uma companhia perante os funcionários, consumidores, fornecedores e investidores. 31EX78sd422</p> <p>A complexidade e o dinamismo do tema exigem que o <i>Guia EXAME de Sustentabilidade</i> também acompanhe esses movimentos. Neste ano, a publicação se propôs a realizar uma das tarefas mais desafiadoras de sua história. Na nona edição, o <i>Guia EXAME de Sustentabilidade</i> destaca, pela primeira vez, uma de suas 20 empresas-modelo como a Empresa Sustentável do Ano. 31EX78sd423</p> <p>O destaque – que se reflete numa reportagem longa e aprofundada nesta edição – permite descrever em mais detalhes essa trajetória. 31EX78sd424</p> <p>O que elas formam é o melhor retrato das grandes companhias brasileiras que estão conseguindo adaptar seus negócios aos novos tempos. 31EX78sd425</p> <p>Para a escolha das 20 empresas-modelo, o <i>Guia EXAME de Sustentabilidade</i> segue pelo segundo ano consecutivo a metodologia elaborada pelo Centro de Estudos em Sustentabilidade (Gvces) da Fundação Getúlio Vargas de São Paulo, responsável também pelo Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE) da Bovespa... 31EX78sd426</p> <p>Num momento em que se discute exaustivamente o aquecimento global, conceber novas maneiras de cuidar do meio ambiente virou obsessão de grandes companhias mundo afora. A pesquisa realizada para o <i>Guia EXAME de Sustentabilidade 2008</i> mostra que as empresas brasileiras não fogem a essa tendência. 31EX78sd427</p> <p>“A evolução dos critérios ambientais mais importantes, como consumo de água e energia e emissões de gases, revela que as empresas brasileiras começam a ter ações mais claras para reduzir o impacto de suas atividades”, diz Roberta Simonetti, coordenadora do Centro de Estudos em Sustentabilidade da Fundação Getúlio Vargas de São Paulo, parceira da EXAME na elaboração da metodologia do questionário. 31EX78sd428</p> <p>Uma das fronteiras na busca por uma operação com menos impacto no meio ambiente é a redução das</p>

emissões de gases do efeito estufa. 31EX78sd429

Para Otávio Costa, gerente para a América do Sul da DNV, empresa especializada em auditar as emissões de gases, o movimento para reduzir os lançamentos de gases do efeito estufa está apenas começando a fazer parte do rol de prioridades das companhias brasileiras – mas deve crescer muito nos próximos anos. “O compromisso de reduzir as emissões pode se tornar obrigatório em países emergentes a partir de 2012, com a revisão do protocolo de Kyoto”, afirma Costa. “Quem esperar até lá vai ficar para trás”. 31EX78sd430

Os resultados da pesquisa realizada por EXAME apontam que 39% das empresas brasileiras já têm metas para reduzir suas emissões de carbono – ante 32% das empresas participantes do levantamento de 2007. 31EX78sd431

Metas para reduzir o impacto ambiental não trazem apenas redução de custos. Podem se transformar também em fontes de receita. A maior parte das empresas que responderam ao questionário – 66% - adota critérios ambientais para o desenvolvimento de novos produtos ou serviços. 31EX78sd432

No recém-lançado livro *O Verde Que Vale Ouro*, eles afirmam que tradicionais vantagens competitivas, como terceirização e acesso a matéria-prima de baixo custo, já estão disponíveis para qualquer empresa. 31EX78sd433

Quem quiser sobreviver deve encontrar novas maneiras de se diferenciar. 31EX78sd434

Os resultados da pesquisa apontam que a postura sustentável das companhias estende-se, cada vez mais, à cadeia de fornecedores. Das participantes da pesquisa EXAME, 67% já monitoram o impacto ambiental de seus fornecedores. 31EX78sd435

Desde então, critérios internacionalmente reconhecidos de sustentabilidade norteiam as principais decisões dos executivos da empresa. 31EX78sd436

Nem sempre as informações precisam aparecer em relatórios caprichados, com capa dura e papel especial. Elas podem ser divulgadas por meio de iniciativas mais simples. A Natura, por exemplo, começou a estampar uma tabela ambiental na embalagem de seus produtos. Em poucas linhas, revela a natureza dos ingredientes – se são de fontes renováveis ou não – e de embalagem – que pode ou não ser feita de material reciclado. 31EX78sd437

Quanto antes as empresas se deram conta, maiores as chances de competirem nesse novo cenário que se impõe. 31EX78sd438.

As páginas a seguir mostram os desafios que empresas de todo o planeta estão enfrentando em razão de uma nova ordem mundial. Mais que colocar em prática ações socioambientais, essas companhias têm a missão de incorporar a sustentabilidade à sua estratégia de negócios – e ganhar dinheiro continuamente com isso. 31EX78sd439

A falta de água está criando um mercado bilionário que atrai grandes empresas, como GE, Siemens e Dow. 31EX78sd440

Em diversas regiões do planeta, a escassez de água está se tornando uma das maiores preocupações – não só para ambientalistas como também para políticos, empresários e executivos. 31EX78sd441

Graças a esse cenário, o fornecimento de água limpa tem se tornado um desafio – e um negócio bilionário para grandes empresas. 31EX78sd442

...o presidente da gigante americana química Dow, Andrew Liveris, afirmou que “a água é o petróleo deste século”. Como o petróleo, a água é um combustível fundamental da economia global e vem se tornando mercadoria valiosa. 31EX78sd443

Um dos negócios mais prósperos é o da dessalinização. 31EX78sd444

Existem negócios milionários também no reaproveitamento de água usada. O processo de “reciclagem”, assim como o dessalinização, também era mais caro e de uso restrito até pouco tempo atrás. Na última década, porém, houve um rápido desenvolvimento de tecnologias de ponta que permitem a aplicação em larga escala. 31EX78sd445

Para avançar nesses novos mercados é preciso investir – e muito – em novas tecnologias. 31EX78sd446

“A água é o negócio do futuro”, afirma Alfredo Lorenzo, da Siemens Water Technologies. “E ainda há muito o que avançar nos próximos anos”. 31EX78sd447

Uma nova geração engajada. A crescente pressão sobre produtores brasileiros está provocando uma mudança na maneira tradicional de fazer negócios no setor. 31EX78sd448

O projeto deverá consumir 1,2 bilhão de dólares e poderá se tornar um dos maiores pólos de etanol do estado. 31EX78sd449

Questões como manejo socioambiental, proteção de recursos hídricos e conservação de ecossistemas de engenharia da estrutura industrial da nova unidade de empresa. Mais que investir em boas práticas

socioambientais, a Usina Angélica foi concebida para atender a regras de sustentabilidade que ainda existem no setor – mas que podem ser estabelecidas no futuro. 31EX78sd450

Integrante da terceira geração de produtores de café e cana no interior de Minas Gerais, Vieira é um dos exemplos de uma nova geração de empresários do agronegócio que levam em conta demandas sustentáveis na hora de arquitetar a expansão de suas empresas. 31EX78sd451

Esse novo grupo entendeu a mudança e agora prega que as boas práticas socioambientais são o principal passaporte para conquistar investidores, clientes em outros países e até mesmo valorizar suas marcas dentro do mercado local. Trata-se de uma geração que passou a ver a sustentabilidade, sobretudo, como uma forma de gestão de risco. 31EX78sd452

Um dos principais redutos do agronegócio em que é possível encontrar empresários voltados para os lucros da sustentabilidade é o de cafés especiais. 31EX78sd453

Aos poucos, essa nova maneira de pensar no agronegócio começa a se espalhar por várias regiões do país. Um exemplo é um grupo de pequenos produtores gaúchos de arroz, que seguem um conjunto de regras para que a lavoura tenha o menor impacto ambiental possível. Tradicionalmente, o cultivo de arroz é um voraz consumidor de recursos hídricos. No passado recente, eram necessários 3 litros de água para produzir cada quilo do grão. Hoje, essa equação está mais equilibrada: 1 litro para cada quilo colhido. Os arrozeiros do litoral norte gaúcho querem ir além. 31EX78sd454

O selo avaliará apenas a qualidade final do grão, mas o processo de cultivo traz implícitas características ambientais que podem garantir um atrativo extra ao produto, hoje vendido apenas no mercado interno. 31EX78sd455

A experiência dos produtores de arroz do litoral norte gaúcho derruba um mito: a agricultura sustentável sempre envolve mais altos custos que a tradicional. 31EX78sd456

“Temos a qualidade e valor ambiental para vender”, afirma. 31EX78sd457

O agronegócio cada vez mais desperta para a necessidade de vender suas qualidades ambientais. “Existem muitas ações fragmentadas nos mais diversos segmentos, mas é importante articular e mostrar essas iniciativas”, diz Meire Ferreira, superintendente do Instituto para o Agronegócio Sustentável (Ares), entidade fundada há cerca de um ano. 31EX78sd458

“Não sabemos a dimensão do impacto ambiental da pecuária na região, mas a ideia é corrigir o que está errado”, diz Luciano Vacari, superintendente da Acrimat. Os dados levantados também vão ajudar a associação a tentar se proteger das críticas que o setor recebe diariamente. “Estamos na linha de tiro e, por isso, precisamos nos defender”, afirma Vacari. 31EX78sd459

No Brasil, pelo trabalho de coleta, os catadores recebem, em média, 500 reais por mês e fazem o trabalho em lugares como escolas, casas, condomínios e empresas. 31EX78sd460

No caso da Gerdau, a formação de redes de cooperados em diversos países não se resume a uma atitude para diminuir o impacto ambiental ou ampliar a própria atuação social – mas representa parte fundamental do negócio. 31EX78sd461

Para mudar a imagem de vilãs ambientais, as grandes indústrias do setor químico investem no desenvolvimento de produtos mais limpos e na ecoeficiência de suas fábricas. 31EX78sd462

Durante décadas, a indústria química foi considerada por especialistas uma das maiores vilãs ambientais do planeta. Recentemente, porém, o setor começou a ensaiar uma reação. 31EX78sd463

A tarefa é penosa e complexa, sobretudo por se tratar de um mercado muito associado à poluição e a acidentes traumáticos, como o vazamento de um gás tóxico na fábrica da Union Carbide em Bhopal, na Índia... 31EX78sd464

Outro objetivo da DuPont é adicionar a seu faturamento anual ao menos 2 bilhões de dólares em vendas de produtos mais eficientes no consumo de energia e que reduzam substancialmente as emissões de gases de efeito estufa. 31EX78sd465

Na estratégia de sustentabilidade das principais empresas químicas, as mudanças climáticas ocupam posição de destaque. 31EX78sd466

Da redução do consumo de água e energia nas fábricas ao aumento do uso de insumos renováveis, as indústrias químicas buscam atenuar o impacto ambiental de sua atividade. 31EX78sd467

Procuram reduzir a quantidade de matéria-prima, água, energia nas fábricas, aumentar o uso de insumos renováveis, eliminar ou diminuir substâncias com alto risco tóxico para seres humanos e o meio ambiente, atenuar os potenciais impactos sobre ecossistemas sensíveis, reduzir a geração de lixo e resíduos perigosos e desenvolver biocombustíveis. Uma das iniciativas nesse sentido é um inusitado programa de reciclagem de coletes à prova de bala lançado em agosto pela DuPont. Com a fibra de aramida dos coletes, a empresa vai

	<p>produzir uma polpa para a fabricação de pastilhas de freio na indústria automotiva. 31EX78sd468</p> <p>O Brasil é parte importante desse movimento verde não apenas pelo tamanho do seu mercado consumidor mas também porque é um celeiro de recursos renováveis. A indústria química vem atuando intensamente no ramo de energias alternativas, tanto na pesquisa de opções mais baratas ao silício para as células solares como no desenvolvimento de biocombustíveis. 31EX78sd469</p> <p>Apear de enormes desafios tecnológicos pela frente, os bilhões de dólares que as empresas do setor vêm investindo no desenvolvimento de produtos inovadores mostram que a química verde é mais do que um modismo passageiro – e pode dar uma valiosa colaboração a outros setores da economia que correm contra o tempo para tornar sua produção mais limpa. 31EX78sd470</p> <p>“Quando vou fazer compras, levo em consideração o aspecto ambiental, mas é preciso que o produto tenha qualidade e o preço seja honesto”, diz. 31EX78sd471</p> <p>Um dado revelador dessa falta de divulgação é o baixo número de marcas citadas espontaneamente pelos entrevistados quando o assunto é o meio ambiente – apenas nove marcas foram lembradas e a mais citada foi a fabricante de cosméticos Natura, mencionada por 18% dos entrevistados. 31EX78sd472</p> <p>Segundo especialistas, no Brasil a disseminação do consumo consciente depende, sobretudo, do aumento do poder aquisitivo da Classe C. “Essa camada da população está encantada com o poder de consumo recém-adquirido”. 31EX78sd473</p> <p>“Não surte efeito algum falar em sustentabilidade quando o que as pessoas querem, no momento, é realizar o sonho de ter um carro na garagem”, diz Lopes. 31EX78sd474</p> <p>Entre os principais motivos citados por esses consumidores para a compra de produtos com apelo ecológico estão a preservação da natureza e a preocupação com o futuro da próxima geração. 31EX78sd475</p> <p>“À medida que aumenta a conscientização, o consumidor leva em conta essas iniciativas na sua decisão de compra”. 31EX78sd476</p> <p>Só agora, depois que toda a burocracia envolvendo a obtenção de licenças para a recuperação da área foi resolvida, é que as primeiras obras vão de fato começar. 31EX78sd477</p> <p>“Apesar da legislação brasileira exigir apenas o mínimo, as partes interessadas no assunto, como acionistas, clientes e funcionários, exercem pressão suficiente sobre o setor para as empresas se organizarem espontaneamente”, diz a consultora Maria Sulema. “Nenhuma delas mais quer ser vista como vilã”. 31EX78sd478</p> <p>Inaugurado pela construtora Gafisa em dezembro de 2007, o edifício Eldorado Business Tower, localizado em São Paulo, nasceu com a ambição de ser considerado “verde”. Por isso, enquanto erguia o prédio, a Gafisa entrou com um pedido de certificação americana Leed (<i>Leadership in Energy and Environmental Design</i>), concedida pelo Green Building Council Brasil (GBCB) a edifícios sustentáveis. 31EX78sd479</p> <p>No caso da Gafisa, uma das escolhas foi ter um bicicletário para que os usuários do condomínio deixassem o carro em casa e optassem por um meio de transporte menos poluente. Na teoria, a proposta parecia ótima. Mas, passado quase um ano de sua inauguração, o bicicletário vive às moscas. A explicação é simples: o prédio fica em uma marginal em Pinheiros, próximo à avenida Rebouças, uma das regiões de maior tráfego na capital paulista. Andar de bicicleta nas imediações é uma aventura arriscada – tanto pelo intenso movimento de carros, caminhões e motocicletas quanto pelas condições inadequadas do asfalto e pela ausência de ciclovias na região. 31EX78sd480</p> <p>Por essa razão, começa a surgir uma dúvida entre especialistas: até que ponto as certificações comprovam que as empresas estão adotando medidas capazes de reduzir, de fato, o impacto ambiental e beneficiar a sociedade? Afinal, as exigências para obter os selos de maior credibilidade são estabelecidas com base na realidade de outros países e nem sempre são as mais adequadas às condições do Brasil. 31EX78sd481</p> <p>Parte da busca obsessiva por selos verdes pode ser explicada pelos ganhos de imagem que eles trazem para as empresas certificadas. Mas os especialistas recomendam cautela. 31EX78sd482</p> <p>Para que a certificação não se torne apenas um atestado para enfeitar a parede, com poucos resultados concretos, é preciso que a empresa saiba claramente para que serve o selo e porque deseja obtê-lo – caso contrário, corre-se o risco de acabar com outros “bicicletários” vazios por aí. 31EX78sd483</p>
33EX88	<p>Computadores que consomem menos energia, usam menos matéria-prima e economizam espaço há nora de transportar – para Michael Dell, o verde do meio ambiente combina com o das notas de dólar. 33EX88sd484</p> <p>[...] o produto é diferenciado por reduzir o impacto ambiental de variadas formas – na menor quantidade de energia que será consumida durante a sua vida útil, na redução de materiais que o compõem e até na embalagem, que é 95% reciclável. 33EX88sd485</p>

“Nossa missão começa com o design, passa pela fábrica e pela distribuição do produto e só termina depois que ele é descartado após anos de uso nas empresas ou nas casas de nossos clientes”, afirmou Dell a EXAME em seu escritório, em Austin, capital do Texas, onde fica a sede da empresa que criou [...] 33EX88sd486

[...] durante as celebrações do Dia Mundial do Meio Ambiente, anunciou o objetivo de transformar a empresa na companhia de tecnologia “mais verde do planeta”, em suas palavras. Na época, a meta de Dell foi interpretada por analistas como uma jogada de marketing para conquistar clientes que valorizam a proteção ambiental. Afinal, a companhia luta para voltar ao topo dos maiores fabricantes de computadores do mundo, posição que permaneceu até 2006, quando foi desbancada pela rival HP. 33EX88sd487

Os novos projetos também são avaliados segundo o critério ambiental, passando pelo crivo de uma diretoria responsável por garantir que os produtos sigam normas internacionais de engenharia e responsabilidade ambiental. 33EX88sd488

O responsável por orquestrar as ações ambientais nas várias áreas da empresa é o químico e biólogo David Lear, que participou junto com o ex-vice presidente americano Al Gore da elaboração do selo Energy Star, criado pelo governo dos Estados Unidos no início da década de 90. 33EX88sd489

Ao adotar o discurso verde, porém, Michel Dell não atrai a atenção apenas de potenciais clientes. Chama para si também a cobrança mais intensa de ambientalistas. “e quiser ser a empresa mais verde do planeta, ela tem de reduzir mais fortemente suas emissões em vez de apenas comprar créditos de carbono”, afirma Tom Dowal, coordenador do Greenpeace para assuntos de tecnologia e um dos responsáveis pelo único ranking que compara fabricantes de eletrônicos no aspecto ambiental. Até setembro, a Dell liderava entre os fabricantes de computador. 33EX88sd490

A tarefa de colocar uma empresa no caminho da responsabilidade ambiental não é simples – uma transformação dessas tem de incorporar os vários elos da cadeia de negócios. “Tudo é ainda muito novo nessa área e é difícil encontrar fornecedores qualificados”, afirma Vinicius Arosi, responsável pela fábrica da Dell em Hortolândia. 33EX88sd491

No mesmo mural, um cartaz propagandeia uma competição para funcionários: quem apresentar três contas de água que mostrem redução do consumo em casa ganha um jantar para duas pessoas. “Queremos que os conceitos de proteção ambiental sejam praticados no dia-a-dia das pessoas, não só dentro da empresa”, afirma Arosi. “E provar que meio ambiente não significa salvar árvores, pássaros, baleias, mas seres humanos”. 33EX88sd492

CÓD.	REVISTA NATIONAL GEOGRAPHIC
1NG17	<p>As forças do mercado globalizado estão invadindo a Amazônia, acelerando a destruição. Nas últimas três décadas, conta-se às centenas as pessoas que morreram em conflitos por terras; um número incontável de outras vive sob o império do medo e da incerteza, com as vidas ameaçadas. 1NG17sd493</p> <p>Nessa fronteira agrícola sem lei e dominada por armas, motosserras e tratores, os funcionários e agentes do governo podem ser corruptos e ineficazes ou então mal equipados e desprovidos de recursos. 1NG17sd494</p> <p>Agora, produtores de soja estão se juntando a madeireiros e aos criadores de gado, intensificando o desmatamento e fragmentando ainda mais a imensa floresta tropical. 1NG17sd495</p> <p>Os cientistas temem que outros 20% das árvores sejam eliminados nas próximas duas décadas. Será o início do colapso ecológico da floresta. 1NG17sd495</p> <p>Podemos chegar a um ponto em que as árvores remanescentes vão morrer por falta de umidade. Se tal processo foi intensificado pelo aquecimento global, secas violentas irão abrir as portas a incêndios capazes de consumir ainda mais a floresta. 1NG17sd496</p> <p>o país tornou-se um dos maiores emissores em todo o mundo de gases que contribuem para o efeito estufa. Os sinais da tragédia já são visíveis por toda a parte. 1NG17sd497</p> <p>quase todas as estradas da região são clandestinas. Há quase 170 mil quilômetros desses caminhos, em sua maioria abertos sem autorização por madeireiros em busca de mogno e outras madeiras nobres que alcançam altos preços no exterior. 1NG17sd498</p> <p>No Brasil, as consequências da exploração da madeira quase sempre são mais danosas que a própria extração. Uma vez que as árvores são derrubadas e os madeireiros seguem adiante, as estradas proporcionam acesso a uma explosiva mistura de posseiros, especuladores, fazendeiros, lavradores e, invariavelmente, pistoleiros. Os açambarcadores de terras seguem até o interior da floresta, antes impenetrável, e ali devastam imensas áreas a fim de lhes dar uma aparência de propriedade legítima. A apropriação ilegal de terras – possibilitada por corrupção, táticas violentas e escritas forjadas – é uma prática tão comum que tem um nome específico: grilagem. Tal nome deve-se ao fato de no passado os grileiros colocarem falsos títulos de propriedade em uma gaveta onde grilos famintos roíam o papel, fazendo com que parecesse antigo. 1NG17sd499</p> <p>o Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis. Contando com apenas alguns fiscais para monitorar um território que se estende por milhares de quilômetros quadrados, o responsável pelo escritório, Márcio da Costa, pouco pode fazer. 1NG17sd500</p> <p>A fim de reduzir as fraudes, as autoridades pretendem implantar um cadastro eletrônico das licenças florestais. 1NG17sd501</p> <p>Quando chegamos à fazenda, subimos por entre pastos cercados e penetramos na escuridão da floresta, seguindo por uma estrada precária aberta pelos grileiros. Cruzamos um riacho de águas tão límpidas que paramos para nos refrescar. Enquanto contemplava a catedral verde que se erguia a nossa volta, tive a sensação de estarmos em um lugar sagrado que, em outras circunstâncias, só poderia ser alcançado após semanas de caminhada. Uma borboleta-azul esvoaçou perto de nós, uma maravilha entre incontáveis outras ainda preservadas. Por quanto tempo? Lembrando-me do caldo espesso em que se transformaram os córregos já circundados por terras de cultivo mais ao sul, estimei que seria questão de meses – não mais que um ano – para que essas sombras profundas e misteriosas fossem expostas à causticante luz do Sol e para que a água fresca já não mais pudesse ser bebida. 1NG17sd502</p> <p>Depois de sacolejar por profundas trilhas escavadas por pneus, de repente saímos em uma estrada mais larga e recentemente nivelada. “Isso não foi feito por gente pobre”, diz José Rosa. “São os grileiros. E eles têm muito dinheiro. Se me encontrarem por aqui sozinho, acabam comigo.” 1NG17sd503</p> <p>A sensação de impunidade é tanta que os invasores ergueram uma porteira e fecharam a estrada. A partir dali, seguimos a pé. Tibaldi fez um sinal para que fizéssemos silêncio enquanto tirava uma pistola Beretta de sua bolsa. Em seguida, chegávamos a uma clareira, onde havia uma precária tenda de lona alarajada capaz de abrigar uma dúzia de homens. Sob uma mesa, uma caixa com suprimentos: açúcar, farinha, café. “Eles fugiram de nós”, diz ele. Tudo estava silencioso, exceto pelos gritos de um par de tucanos na copa das árvores. O dia esta chegando ao fim, nuvens escuras se acumulavam a leste, e nenhum de nós tinha vontade de permanecer ali durante a noite. 1NG17sd504</p> <p>Evidentemente alguém havia alertado os grileiros. José Rosa ficou furioso. Da próxima vez, ele tentaria obter ajuda da Polícia Federal, cujos agentes não são da região. “Essa é a única maneira de não serem avisados”, diz, com voz baixa e de olho no policial do lugarejo. “Mas não se pode dizer isso às claras. Para sobreviver aqui, a gente tem de calar a boca e se fazer de desentendido.” 1NG17sd505</p> <p>O resultado foi um confronto sangrento entre as poderosas elites absenteístas que devastam para implantar</p>

<p>projetos de grande porte e os pequenos lavradores que, embora destruindo trechos restritos para cultivo, continuam a depender da floresta em torno para sua subsistência. 1NG17sd506</p> <p>“O que está acontecendo hoje na Amazônia é um choque de dois modelos de desenvolvimento, explica Felício Pontes, membro de uma nova geração de procuradores do Estado empenhados no combate contra a grilagem e crimes ambientais. Nós estávamos visitando um cemitério simulado com 820 cruzeiros, representativo do custo humano dos conflitos fundiários no Pará, por ocasião do primeiro aniversário da morte de Dorothy Stang. “O primeiro modelo foi implantado durante a ditadura e baseava-se na extração de madeira e na criação de gado. É predatório, pois provoca destruição, não é sustentável e devasta a floresta.” O modelo alternativo, defendido pela freira, é chamado por Pontes de “ambientalismo social”. O primeiro modelo concentra riqueza, ao passo que o segundo supõe sua dispersão em cooperativas agroflorestais de pequena escala. 1NG17sd507</p> <p>Embora os agricultores pobres também prejudiquem a floresta, a freira acreditava que poderiam aprender a manejar a terra de modo sustentável por uma questão de autopreservação. “A morte da floresta é o fim de nossas vidas”, costumava dizer a seus seguidores. 1NG17sd508</p> <p>Blairo Maggi, governador reeleito do Mato Grosso, é considerado pelo movimento ambientalista um garoto-propaganda da mentalidade predatória. Conhecido como “o rei da soja”, ele é o maior produtor mundial da leguminosa. Em 2005, Maggi recebeu outro título, bem menos honroso: o Motoserra de Ouro, concedido pelo Greenpeace pelo fato de o Mato Grosso ter sido o campeão de desmatamento no Brasil pelo terceiro ano seguido, bem no período em que ocupou o palácio do governo. 1NG17sd509</p> <p>Propriedades gigantescas e várias outras menores – totalizando mais de 400 mil hectares -, Maggi fornece crédito e adquire soja de cerca de 900 outros produtores. 1NG17sd510</p> <p>Ruivo e corpulento, Maggi, 50 anos, ainda guarda um ar de menino que contrasta com sua reputação de inimigo da floresta. A imagem de obstinado e realizador tornou-o muito popular em seu estado natal e uma estrela ascendente no cenário político nacional; ele não descarta a possibilidade de um dia candidatar-se à Presidência do país. Descendente de italianos, Maggi herdou terras – e a habilidade para os negócios – de seu pai, André, que começou vendendo sementes aos fazendeiros do Paraná, depois mudou-se para o norte, participando da abertura da fronteira agrícola no Mato Grosso, onde fundou um império no setor do agronegócio. 1NG17sd511</p> <p>A ascensão econômica de Blairo Maggi foi concomitante à aceleração do desmatamento no Brasil e sua emergência como uma potência agrícola global. 1NG17sd512</p> <p>O que ele acha do objetivo de Dorothy Stang, de estabelecer comunidades de lavradores que explorem a terra de maneira sustentável? “Equivocado”, diz, acrescentando que, sem subsídios proibitivos, tais projetos vão em sentido contrário ao da história e estão condenados ao fracasso. 1NG17sd513</p> <p>Nem todos os ambientalistas têm uma opinião completamente negativa a respeito de Maggi. 1NG17sd514</p> <p>Instigado por Nepstad e outros, Maggi passou a defender a certificação da soja cultivada de acordo com critérios ambientais e sociais – que ainda precisam ser definidos. 1NG17sd515</p> <p>“Somos muito cuidadosos em termos ambientais e sociais”, diz Maggi, ao iniciarmos uma visita à Fazenda Tanguro. “Fazemos tudo dentro da lei”. 1NG17sd516</p> <p>Sob a chuva insistente, com a caminhonete derrapando na lama, tomamos uma estrada reta, à margem de plantação de soja verde-amarelada. De um lado, intermináveis fileiras de plantas com meio metro de altura configuram perfeita imagem da moderna agricultura mecanizada. Um observador leigo talvez ficasse impressionado com o lustro esverdeado das plantas, sem se dar conta da mistura tóxica necessária para obter tal efeito. 1NG17sd517</p> <p>Desde os cientistas até os moradores das vilas, quase todos, ao contrário de Maggi, se mostram alarmados com a quantidade de agrotóxicos que se está infiltrando na bacia fluvial. Comunidades indígenas, como a dos enawenê-nawês em Mato Grosso, queixam-se do envenenamento da água e das mortandades de peixes. 1NG17sd518</p> <p>“Ele é benéfico para o ambiente”, avalia ele, fitando-me nos olhos. “Por aqui a terra é pobre demais. Sem medidas corretivas não dá para produzir. 1NG17sd520</p> <p>Aparentemente, os proprietários de terras estão começando a tomar consciência de que podem ser punidos. Com as medidas implantadas após o assassinato da irmã Dorothy, os fazendeiros que já haviam ultrapassado o limite de desmatamento passaram a buscar maneiras de regularizar a situação. Disposto a ajudá-los, o governador Maggi vem permitindo que comprem áreas não-contíguas de floresta de modo a completar o percentual necessário de “reserva legal”. 1NG17sd521</p> <p>a maior parte da soja produzida no Mato Grosso é transportada em comboios movidos a diesel que precisam percorrer 1930 traiçoeiros quilômetros até os congestionados portos no Sudeste do país. 1NG17sd522</p> <p>Como já sabem de maneira intuitiva os índios, os benefícios proporcionados pela Amazônia são de valor</p>
--

	<p>incalculável: a circulação da água (a floresta produz não só metade de todas as suas precipitações mas também grande parte da chuva que cai ao sul da Amazônia e a leste dos Andes), o seqüestro de carbono (ao reter e absorver o dióxido de carbono, a floresta ameniza o aquecimento global e limpa a atmosfera) e a manutenção de uma biodiversidade rara. Mas o mercado ainda tem de atribuir um valor à preservação: atualmente é muito mais lucrativo derrubar a mata para ali desenvolver atividades pecuárias e agrícolas do que mantê-la intocada. 1NG17sd523</p> <p>Para a Cargil, um conglomerado de alimentos sediado em Minnesota, a maior prioridade é fazer com que as sementes de soja cheguem ao mercado da maneira mais barata possível. 1NG17sd524</p> <p>Desde o início, as operações da Cargill na Amazônia foram polêmicas. Procuradores federais estão processando a companhia por seu suposto fracasso em realizar um estudo adequado do impacto ambiental do porto. E a construção de uma fábrica para lavagem e secagem da soja deixou furiosos os ambientalistas. Para evitar a deterioração, as sementes de soja precisam ser lavadas antes do transporte, e só com a instalação do equipamento os fazendeiros nas proximidades de Santarém passaram a ter comprador para a sua soja e incentivo para produzir. Mas isso provocou um dramático aumento do desmatamento. 1NG17sd525</p> <p>“A saúde de todos os seres foi ameaçada”, diz Auricélia. “Pessoas caíram doentes. Os animais começaram a morrer.” 1NG17sd526</p> <p>Quatro anos atrás, seu pai vendeu o local para um forasteiro. Logo em seguida surgiram trabalhadores que abateram todas as árvores. “Em 30 segundos”, diz ele, “eles conseguiram destruir mais do que um pequeno agricultor que ali vive por 30 anos”. 1NG17sd527</p> <p>Em seguida, cobre o rosto com as mãos e começa a chorar. “Era tão bonito por aqui. Você tinha que ver.” 1NG17sd528 [Everaldo Pimentel, agricultor, Belterra, Pará]</p>
<p>3NG27</p>	<p>É um paradoxo: a região aparentemente mais preservada do Brasil é aquela onde o homem vive há mais tempo e de forma permanente. Há mais de 400 gerações, e para alguns autores há mais de de 2 mil anos, diversos grupos humanos ocupam, disputam, exploram e transformam os territórios amazônicos. Os caçadores-coletores nômades se espalharam na Amazônia desde o fim do Pleistoceno, estabelecendo sua soberania sem contestação ou conflitos. 3NG27sd529</p> <p>Ao longo dos milênios, esses povos transformaram as florestas e, de certa forma, co-evoluíram. Seu conhecimento sobre os usos das plantas levou a favorecer algumas. Frutos coletados eram enterrados, escondidos e disseminados. A distribuição e a densidade dos castanhais no Pará parece ter origem no cuidadoso e permanente trabalho de seleção e disseminação dessa árvore. Não foi um capricho da natureza que decidiu criar castanhais nesse estado. 3NG27sd530</p>
<p>11NG37</p>	<p>Produzir combustíveis a partir de plantas pode ajudar o planeta – mas falta superar obstáculos. 11NG37sd531</p> <p>... febre que agora se espalha pelo mundo. 11NG37sd532</p> <p>A adoção desse combustível pelos competidores na corrida de Indianápolis é apenas mais um sinal do estouro da boiada em direção aos biocombustíveis, substitutos da gasolina e do óleo diesel que são extraídos de plantas como milho, soja e cana-de-açúcar. Para os entusiastas, tais fontes renováveis de energia poderiam reanimar a economia rural, diminuir a preocupante dependência de petróleo e – o melhor de tudo – reduzir a quantidade cada vez maior de dióxido de carbono que lançamos no ar. 11NG37sd533</p> <p>O termo crucial aqui é “poderia”. Os biocombustíveis, tais como são produzidos hoje nos Estados Unidos, vêm beneficiando sobretudo alguns poucos fazendeiros e gigantes do agronegócio, como a Archer Daniels Midland e a Cargill, mas não se pode dizer o mesmo quanto ao ambiente. O cultivo de milho requer grandes quantidades de herbicidas e fertilizantes à base de nitrogênio e pode provocar mais erosão no solo do que qualquer outra cultura agrícola. 11NG37sd534</p> <p>Por outro lado, os ambientalistas temem que o aumento dos preços de ambos os produtos acabe levando os agricultores a cultivar cerca de 14 milhões de hectares de terras 11NG37sd535</p> <p>Mesmo assim, a perspectiva de ondas douradas de plantações de combustível é atraente demais para ser ignorada, sobretudo diante do exemplo do Brasil. 11NG37sd536</p> <p>“Há o risco de produzirmos etanol de maneira incrivelmente burra”, diz Nathanael Greene, do Conselho de Defesa dos Recursos Nacionais dos Estados Unidos. 11NG37sd537</p> <p>Os entusiastas do etanol lembram que o setor petrolífero se beneficiou de subsídios imensos durante décadas, incluindo bilhões de dólares por ano de renúncia fiscal, assim como dezenas de bilhões de dólares empregados todos os anos na defesa dos campos petrolíferos. 11NG37sd538</p> <p>Eles esperam tornar mais vantajosos o aproveitamento energético e a neutralização do efeito estufa por meio</p>

	<p>de um sistema de circuito fechado 11NG37sd539</p> <p>É fácil perder a fé nos biocombustíveis quando se conhece apenas o etanol de milho. Um quadro mais animador encontra-se na cidade de São Paulo, onde milhões de motoristas passam horas em congestionamentos, com o motor de seus carros movidos pelo álcool produzido nos canaviais do interior do país. 11NG37sd540</p> <p>“O álcool é um combustível ‘limpo’, mas sua produção é suja: basta ver as queimadas e a exploração dos cortadores de cana”. 11NG37sd541</p> <p>Nesse deserto verde, os produtores conseguem realizar sete colheitas antes do replantio e as usinas reciclam e transformam em fertilizantes a água que utilizam. Como a maioria das usinas brasileiras, a São Martinho não usa combustível fóssil em eletricidade da rede convencional: todas as suas necessidades energéticas são preenchidas com a queima do que resta da cana, o bagaço. Até mesmo os caminhões que transportam cana e máquinas agrícolas são movidos por uma mistura de diesel e etanol; e o mais utilizado avião pulverizador de colheitas, o pequeno modelo Ipanema, é a primeira aeronave de asa fixa projetada para voar com álcool puro. “A eficiência é a nossa obsessão”, diz o diretor da usina, Agenor Cunha Pavan. 11NG37sd542</p> <p>De acordo com um recente relatório da Organização das Nações Unidas (ONU), ainda que seus benefícios sejam grandes, a explosão dos biocombustíveis poderá reduzir a oferta de alimentos e aumentar o preço da comida num mundo em que 25 mil pessoas morrem de fome a cada dia, quase todas elas crianças com menos de 5 anos de idade. 11NG37sd543</p> <p>Não há nenhuma planta mágica capaz de resolver os nossos problemas energéticos sem prejudicar o ambiente, segundo a maioria dos cientistas que se debruçam sobre a questão. 11NG37sd544</p> <p>Na natureza existem processos que já foram aperfeiçoados, que evoluíram no decorrer do tempo. Podemos muito bem aproveitar esses processos, torná-los mais rápidos e mais eficientes e extrair energia deles.” 11NG37sd545</p> <p>O fascínio pelos combustíveis vegetais parece ter chegado aos desertos ricos em petróleo do Oriente Médio. Os Emirados Árabes Unidos destinaram 250 milhões de dólares a um programa de pesquisa de energia renovável que inclui os biocombustíveis – talvez um sinal de que até os xeques começam a se dar conta de que a era do petróleo não vai durar para sempre. 11NG37sd546</p>
26NG58	<p>Nos países em desenvolvimento, uma extensão cada vez maior de terras aráveis está sendo eliminada pela erosão e desertificação de origem humana, numa tendência que põe em risco a existência de 250 milhões de pessoas. 3NG27sd547</p> <p>Em todo o mundo, porém, pesquisadores e agricultores estão descobrindo que até mesmo as terras mais deterioradas podem ser recuperadas. A vantagem disso estaria na possibilidade não só de se combater a fome mas também de se enfrentar questões como escassez de água ou aquecimento global – que poderia ser reduzido de modo significativo por meio do emprego de vastas reservas de carbono na reengenharia dos terrenos ruins do mundo. 3NG27sd548</p> <p>No fim, os moradores locais se convenceram de que “teriam de proteger o ecossistema, o que significa proteger o solo”. 3NG27sd549</p> <p>Em cada um desses buracos, Sawadogo plantou árvores. “Sem árvore, não há fertilidade no solo”, resume ele. E elas desenvolveram-se no terreno mais solto e úmido dos zaï. 3NG27sd550</p> <p>A agricultura responde por mais de um oitavo da produção humana de gases associados ao efeito estufa. O cultivo intenso da terra libera dióxido de carbono ao expor matéria orgânica antes no subsolo. 3NG27sd551</p> <p>“A terra cuida de nós enquanto cuidamos dela”, diz. 3NG27sd552</p> <p>Até pouco tempo atrás, as teorias mais aceitas defendiam a ideia de que o ambiente da floresta era demasiado hostil ao desenvolvimento de grupos humanos. Assim, o amazônica pré-histórico viveria de coleta, caça e pesca, num nomadismo que ignorava a agricultura. Nesse contexto, os grupos indígenas seriam pequenos e culturalmente pobres. A presença dos grandes espaços de terra preta derruba tais teorias. Extensos sítios arqueológicos datados em torno de 2,5 mil anos atestam que já existiam grupos sedentários que se fixavam num mesmo local por períodos longos – o suficiente, pelo menos, para alterar a composição do solo. E eram grupos de grandes proporções, com milhares de pessoas. 3NG27sd553</p> <p>“Eu queria que toda a Amazônia fosse fértil como aqui. E o mundo também”, diz. Novamente, a ciência concorda com ele. 3NG27sd554</p>

CÓD.	REVISTA VIDA SIMPLES
29VS18	<p>Ela vivia há quase 40 anos na região úmida e sufocante de Anapu. Para Dorothy Stang, ali morava seu povo. Hospedava-se na casa dos agricultores, assim como mantinha suas portas abertas para eles. 29VS18sd555</p> <p>Um dos mandantes de seu assassinato, o fazendeiro Bida, foi inocentado em maio deste ano. No funeral de Dorothy, comovido, um homem do povo sussurrou junto ao corpo: Está tudo bem, irmã, Dorothy. Não estamos enterrando você. Estamos plantando uma semente...” 29VS18sd556</p> <p>“O consumidor deve ficar atento para distinguir entre uma certificação conferida por um organismo independente e os selos autodeclaratórios, que são colocados nos produtos pelos próprios fabricantes” 29VS18sd557</p>
30VS28	<p>Mundialmente conhecido como World Naked Bike Ride, o protesto aconteceu em junho em diversas cidades, como Madri e Toronto, sempre com apoio do poder público. Por aqui, não durou uma hora e terminou dispersado pela polícia, que usou spray de pimenta e prendeu um dos ciclistas que estava “como veio ao mundo”. Mas nada disso deve impedir que o movimento se repita, e com mais adeptos. Porque em tempos de aquecimento global, indecente é a nossa exagerada dependência do carro. 30VS28sd558</p> <p>Saiba o que tem sido feito para dar mais conforto e segurança àqueles que decidem cruzar as cidades de bicicleta. 30VS28sd559</p> <p>Quer desfazer mais um mito? A bicicleta pode ser mais rápida que o carro. 30VS28sd560</p> <p>Então vire a página e descubra o que tem sido feito para que cada vez mais brasileiros saiam de casa pedalando. 30VS28sd561</p> <p>Por aqui, tem-se aliado o cicloativismo – ações de pessoas comuns em prol do uso da bicicleta – ao diálogo com as autoridades. O importante, dizem os ativistas, é que essas duas partes são parceiras. 30VS28sd562</p> <p>Comparado à Europa, é pouco. 30VS28sd563</p> <p>A saída é mais óbvia do que parece: segurança no trânsito. 30VS28sd564</p> <p>Mais uma vez, como na maior parte dos problemas do país, caímos na questão da educação. 30VS28sd565</p> <p>Não seriam necessários muitos artifícios para estimular o uso das magrelas se nos conscientizássemos do quanto elas podem tornar as ruas mais aprazíveis. Elas fazem parte da tendência de reumanizar as cidades. Têm uma escala muito mais humana que o automóvel, a velocidade é mais baixa e você está aberto, com contato com as coisas e as pessoas. Então, pegue a sua bicicleta e vá para a rua, convicto de que está contribuindo para que também nossas cidades voltem a ser quintais cheios de vida. 30VS28sd566</p> <p>Muito mais que um cicloativista, o holandês Luud Schimmelpennink sempre foi um homem da contracultura. Preocupado com o meio ambiente e com o crescimento desenfreado da sociedade de consumo, ele chamou alguns amigos e, juntos, formaram o grupo Provo – originário da palavra provocação -, nos idos da década de 1960. A ideia deles era provocar a atenção das autoridades sem o uso de nenhuma violência – e, se possível, com uma dose de bom humor. 30VS28sd567</p> <p>Aos 55 anos, Renata é hoje sinônimo de ativismo em duas rodas. 30VS28sd568</p> <p>“Eu escutava: o mundo está morrendo de fome e você vem me falar de bicicleta?” Foi só então que ela percebeu que precisava agradar as elites: mostrar que pedalar era chique, glamuroso. 30VS28sd569</p> <p>Dedicando-se ao ativismo 24 horas por dia, Lobo, que era designer e programador visual, hoje comanda seu site, chamado Transporte Ativo, e procura trazer para cá boas idéias que dão certo em outros países. 30VS28sd570</p> <p>Com tudo isso, ela ainda dedica no mínimo 20 horas semanais para as articulações políticas, normalmente entre ONGs do mundo inteiro com que tem contato. 30VS28sd571</p> <p>Dá para dizer que o cicloativismo do engenheiro carioca radicado em Brasília Maurício Machado Gonçalves nasceu de duas razões fortes, ou melhor, de dois problemas sociais: desigualdade econômica e acidentes de trânsito. 30VS28sd572</p> <p>Sempre que possível, ande de ônibus ou bicicleta, combine caronas e caminhe. Saia da caixa. 30VS28sd573</p> <p>Da próxima vez que você for despachar uma encomenda, lembre-se de que uma moto polui em média sete vezes mais que um carro. E priorize os mercados, farmácias e padarias do seu bairro que realizam entregas em domicílio a pedaladas. 30VS28sd574</p>

36VS38	<p>Com bancos rústicos de madeira, são lugares para descansar, contemplar e refletir sobre como atitudes como a criação desse bosque é que deixam o mundo menos duro. 36VS38sd575</p> <p>“Por causa dos transportes, hoje encontramos uma grande diversidade de produtos o ano inteiro. Mas estamos começando a questionar: o que isso implica? Implica um custo ambiental enorme, pois o ‘passeio’ que o produto faz antes de chegar ao nosso prato é muito grande”, afirma o engenheiro agrônomo Paulo Sérgio Tagliari. Mas as implicações não param no meio ambiente. 36VS38sd576</p> <p>Quem compra alimentos orgânicos já sabe que a disponibilidade dos produtos varia muito de mês a mês. 36VS38sd577</p> <p>Um orgânico que vem de outro país, ou de muito longe, pode não ter agrotóxicos, mas está desrespeitando o ambiente por causa das longas distâncias percorridas”, afirma o agrônomo. 36VS38sd578</p> <p>“Apesar de o supermercado oferecer praticidades, o consumidor precisa reservar um tempo para ir à feira, ao mercado, conhecer novos produtos, falar com os feirantes e produtores”. 36VS38sd579</p> <p>O resultado de tanta facilidade foi a perda da sensibilidade na hora de selecionar o que levar para casa. 36VS38sd580</p> <p>Além dos conselhos dos especialistas, preparamos uma lista com simples informações que podem ajudá-lo nas primeiras compras, como um novo consumidor que respeita os ciclos naturais da terra. 36VS38sd581</p>
37VS48	<p>Além de curtir a natureza exuberante, outra dica é aproveitar as conversas de pé de ouvido para entender como essas comunidades chegaram tão perto da sustentabilidade. 37VS48sd582</p> <p>Para ele, é preciso ainda ter em mente a preocupação de residir em áreas que respeitem a legislação ambiental. 37VS48sd583</p>