

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

**COMUNICAÇÃO, MEIO AMBIENTE E PRÁTICAS
CULTURAIS: UM ESTUDO SOBRE O ALTO URUGUAI
CATARINENSE**

Jean Carlos Porto Vilas Boas Souza

**PORTO ALEGRE -RS
2005**

JEAN CARLOS PORTO VILAS BOAS SOUZA

**COMUNICAÇÃO, MEIO AMBIENTE E PRÁTICAS
CULTURAIS: UM ESTUDO SOBRE O ALTO URUGUAI
CATARINENSE**

**Dissertação de Mestrado apresentada como
requisito para obtenção do título de Mestre em
Comunicação e Informação pelo curso de Pós-
Graduação comunicação e Informação da
Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da
Universidade Federal do Rio Grande do Sul.**

Orientadora:

Prof^a. Dr^a Ilza Maria Tourinho Girardi

**PORTO ALEGRE-RS
2005**

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

A Comissão Examinadora, abaixo assinada, aprova da Dissertação
**COMUNICAÇÃO, MEIO AMBIENTE E PRÁTICAS CULTURAIS: UM ESTUDO
SOBRE O ALTO URUGUAI CATARINENSE**, elaborada por Jean Carlos Porto Vilas
Boas Souza, como requisito parcial para obtenção do Grau de Mestre em Comunicação e
Informação.

Comissão Examinadora:

Profa. Dra.

Profa. Dra.

Prof. Dr.

AGRADECIMENTOS

Agradeço especialmente à minha esposa, Gina, ao meu filho, Matheus, e ao restante da minha família pela paciência e pela compreensão.

À minha orientadora, Ilza Maria Tourinho Girardi, pela sua dedicação, disponibilidade e amizade que tornaram possível o término desta dissertação.

À Universidade do Contestado, campus de Concórdia, pelo apoio financeiro e profissional.

À Copórdia, pela abertura proporcionada, sem a qual não seria possível concluir esta pesquisa.

Ao amigo Leandro Ramires Comassetto, pelas dicas e livros.

Agradeço enfim, a todas as pessoas das quais desfruto a amizade e que se interessaram pelo meu trabalho, colaborando com idéias ou com o interesse pela compreensão de como a comunicação pode ajudar a resolver os problemas ambientais.

SUMÁRIO

RESUMO.....	5
ABSTRACT	6
1 INTRODUÇÃO.....	7
1.1 OBJETIVOS	13
2 DA SIMPLIFICAÇÃO À COMPLEXIDADE.....	15
2.1 A PROLIFERAÇÃO DA BACTÉRIA VERDE	27
2.2 A MODA VERDE	35
2.3 A CONSTRUÇÃO A PARTIR DO LIMITE	43
3 SUSTENTABILIDADE CONTRA MONOCULTURA MENTAL: TENSÃO ENTRE CULTURAS NO MEIO RURAL.....	48
3.1 O MUNDO DA SUINOCULTURA NO ALTO URUGUAI.....	57
4 ASPECTOS METODOLÓGICOS.....	78
4.1 AS TÉCNICAS DE PESQUISA	80
5 UNIÃO PARA A INTERVENÇÃO SOCIAL: A COPÉRDIA.....	85
5.1 PROCESSOS DE COMUNICAÇÃO NA COPÉRDIA.....	93
5.2 DEJETOS SUÍNOS: PRIORIDADE NA COMUNICAÇÃO QUE APARECE POUCO.....	102
5.3 COMUNICAÇÃO AMBIENTAL NA COPÉRDIA	117
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS	120
ANEXOS	131

RESUMO

Verifica como os processos de comunicação da Cooperativa de Produção e Consumo Concórdia contemplam os problemas ambientais decorrentes da produção de suínos no Alto Uruguai de Santa Catarina. É um estudo qualitativo elaborado a partir de dados e informações coletados por meio de entrevistas com dirigentes da cooperativa e especialistas na questão ambiental ligada aos dejetos suínos; de questionários aplicados a extensionistas da cooperativa; e através da análise do jornal da cooperativa. Identifica como os agentes envolvidos percebem os problemas ambientais, quais são os processos comunicacionais implementados pela Copórdia e verifica como é abordada a questão ambiental nos processos comunicacionais da Copórdia. Fica constatado um viés pessimista e outro otimista. O pessimista reside no fato de que a comunicação voltada para a promoção de uma nova relação entre o suinocultor e o meio ambiente, decisiva para a redução dos estragos ambientais provocados pelos dejetos suínos, não é prioridade dentro da cooperativa, apesar dos seus dirigentes afirmarem o contrário. Mostra-se ainda que o que acontece dentro da cooperativa pode ser extrapolado para as demais agroindústrias que exploram a suinocultura na região. O otimista é apontado com base nas notícias sobre o termo de ajustamento de condutas da suinocultura, nas informações levadas pelos técnicos vinculados a programas ambientais, como o Programa Nacional de Meio Ambiente, ou na cobertura que os meios de comunicação de massa dão à questão dos dejetos suínos, que circulam com intensidade na região e cumprem o papel de lentamente mostrar as mudanças pelas quais a atividade, inadiavelmente, deve passar.

ABSTRACT

It verifies how the communication processes of “Cooperativa de Produção e Consumo Concórdia” realizes and treat environmental problems related to pigs production in Alto Uruguai region - Santa Catarina state. It is a quality study elaborated from information data and collected data by interviews with cooperative managers and specialists in environment question connected to feces of pigs; by applied questionnaires to cooperative workers; and through analysis of cooperative communication content. It describes and evaluates the information sent by cooperative to associated related to environment problem involving feces of pigs. It shows a pessimistic and an optimistic link. The pessimist involves a communication turned around promoting a new relationship between the pig producer and the environment. These decision can reduce environment problems caused by pigs feces, it is not a priority into the cooperative, in spite of the managers argue the opposite. It also shows that what happen into the cooperative can be passed to others agroindustries that explore the pig producers in the region. The optimist is noticed based to news about some agreements previous established to pigs production. These information are carried out by technician linked to environment programs, as National Program of Environment (Programa Nacional de Meio Ambiente), or in covered realized by means of communication about pigs feces. This covered circulates with intensity in the region and carries its function out slowly showing changes that the activities, pressing, can pass.

1 INTRODUÇÃO

O grande desafio do século XXI é da mudança do sistema de valores que está por trás da economia global, de modo a torná-la compatível com as exigências da dignidade humana e da sustentabilidade ecológica. Com efeito, vimos que esse processo de remodelação da globalização já começou.
(FRITJOF CAPRA)

Os problemas ambientais do planeta não são fruto somente de decisões econômicas, conseqüências do crescimento desordenado de cidades ou pura falta de educação. Por trás dos dados que apontam para o esgotamento dos limites da natureza também estão escolhas culturais, quase imperceptíveis, que legitimam as ações que redundam, por exemplo, no efeito estufa, na extinção de espécies animais e vegetais ou na poluição da água. Em meio aos discursos que defendem o meio ambiente, existe uma “cultura antiverde” não percebida, nem abordada, que se apresenta como um dos fatores que explicam porque ainda é grande a distância entre retórica e prática nas questões ambientais. A sensação é de que quanto mais se fala em meio ambiente, mais os índices de degradação aumentam. Quanto mais se apresentam propostas de desenvolvimento sustentável, menos sustentável se apresenta a vida no mundo atual.

A cultura que legitima a poluição está alicerçada em uma visão simplista do mundo. A partir da Revolução Industrial, o modelo baseado na ciência cartesiana, na difusão de técnicas de produção, na indústria e na busca pelo lucro tornou a humanidade cega em alguns sentidos. Um desses sentidos é o ambiental. Ao não dar importância à complexa cadeia de relações que sustenta a vida no planeta, o homem acreditou na ilusão de que o progresso técnico, com a difusão do consumo de bens duráveis e culturais em escala mundial, bastaria-lhe. Os desequilíbrios ambientais registrados nas últimas décadas, consequência da industrialização, do crescimento das cidades, da monocultura agrícola e do consumo desenfreado, entre outros, indicam que a relação entre a humanidade e o planeta não pode se estabelecer de maneira tão simplificada.

Na comunicação direcionada ao setor agrícola, observa-se com facilidade como os problemas ambientais também dependem de uma cultura que os legitimem. Quando os meios de comunicação de massa tratam da degradação da natureza no meio rural, raramente mostram que uma das principais causas da má utilização dos recursos naturais está na concepção de que o único cenário possível é o da agricultura industrial. Já na comunicação feita pelas empresas públicas e privadas que atuam no setor, predomina a aposta na salvação pela tecnologia. Nessa perspectiva, a solução para todos os problemas ambientais reside na descoberta de uma nova tecnologia que possa resolver os efeitos indesejáveis da tecnologia atual ou em formas de produção menos agressivas. Nos dois casos, não é considerada a conjuntura multidimensional e complexa que envolve os problemas ambientais.

No Alto Uruguai de Santa Catarina, região que mais produz alimentos em Santa Catarina e que responde sozinha por 13% do Produto Interno Bruto Agropecuário do Estado, há um rico cenário, montado com o passar das décadas, que instiga a observação das relações entre meio ambiente, agricultura, cultura e comunicação. O desenvolvimento econômico e

social do Alto Uruguai e regiões vizinhas teve como um dos seus pilares a produção de suínos. A história da atividade na região iniciou com a chegada de colonos alemães e italianos vindos do Rio Grande do Sul a partir da década de 20 do século passado. Eles se estabeleceram em pequenas propriedades rurais, com média de 10 hectares. Foram também os responsáveis pela fundação das 16 cidades da região (Concórdia, Alto Bela Vista, Arvoredo, Xavantina, Seara, Itá, Lindóia do Sul, Paial, Ipumirim, Arabutã, Peritiba, Ipira, Piratuba, Presidente Castello Branco, Jaborá e Irani. O Anexo A apresenta um mapa de Santa Catarina, com a região do Alto Uruguai em destaque).

Com o surgimento das agroindústrias nos anos 40 e 50, a suinocultura ingressou em sua fase industrial, período em que começaram a surgir os problemas ambientais ligados à concentração e ao manejo incorreto dos dejetos suínos em quase todo o Oeste de Santa Catarina, macrorregião em que está inserido o Alto Uruguai. Nos últimos 10 anos, a lógica de produção da atividade passou a priorizar o mercado internacional. O Brasil é hoje o quarto maior produtor e exportador de carne suína, de acordo com dados disponíveis na página eletrônica da Associação Brasileira das Indústrias Produtoras e Exportadoras de Carne Suína (Abipecs). De janeiro a dezembro de 2004, as exportações brasileiras de carne suína atingiram 507.704 toneladas, 2,4% acima do desempenho de 2003, com receita cambial de US\$ 774,050 milhões, superior em 40,52% ao resultado de janeiro-dezembro do ano anterior (EXPORTAÇÕES Brasileiras de Carne Suína, 2004). Só que a excelência produtiva do Alto Uruguai, que ajuda a abrir espaços cada vez maiores no mercado internacional de carne suína, não traz os mesmos retornos do ponto de vista ambiental. Quanto mais lucros proporciona a atividade, mais degradação ambiental provoca.

Como resultado do excesso de produção e do manejo incorreto dos dejetos suínos, 90% dos mananciais do Oeste de Santa Catarina apresentam coliformes fecais em quantidade

acima do recomendado pela Organização Mundial da Saúde (OMS) para o consumo humano, de acordo com o Anuário Catarinense de Suinocultura de 2002 (ANUÁRIO Catarinense da Suinocultura, 2002). A poluição gerada pela suinocultura interfere ainda de forma contundente na qualidade de vida das comunidades rurais, aumentando a proliferação de moscas e borrachudos¹ e “[...] aumentando a incidência das doenças vinculadas à água e ao solo²” (PERDOMO, LIMA E NONES, 2001). A suinocultura representa, assim, meio de vida, tradição familiar, atividade fomentadora de cultura e, paradoxalmente, ameaça à manutenção do próprio modelo econômico e social no qual ela se desenvolveu nas últimas décadas.

Os sistemas de comunicação mais relevantes quanto à emissão de informações voltadas para o impacto ambiental provocado pelos dejetos suínos no Alto Uruguai catarinense podem ser denominados de: a) estatal (que envolve os órgãos públicos federais, estaduais e municipais que pesquisam e prestam assistência técnica na área da suinocultura); b) empresarial (representada pelos sistemas de fomento agropecuário das agroindústrias e associações de produtores); c) de massa (composta pela mídia em geral). Eles não conseguiram até hoje mostrar o cenário completo da suinocultura no Alto Uruguai, por desconhecerem a complexidade da discussão ambiental ou por deliberadamente não tratarem a questão da maneira apropriada. Não há espaço para um debate amplo do problema e nem mesmo o reconhecimento das suas conexões com a cultura, por exemplo. Predomina a visão de que os dejetos suínos são o problema, como se brotassem do nada e não fossem

¹ O borrachudo é um inseto que, ao contrário do pernilongo, que precisa de água parada e limpa, somente desenvolve-se em água corrente, principalmente onde há bastante matéria orgânica, fonte de nutrição para suas larvas. É o caso do Alto Uruguai, que apresenta alto índice de dejetos suínos nas águas superficiais. A picada do borrachudo, produzida somente pela fêmea, é incômoda e pode ter conseqüências mais graves em pessoas alérgicas. A poluição também contribui para o aumento da população desse inseto porque diminui seus inimigos naturais como os peixes, pássaros e anfíbios.

² Entre as doenças vinculadas à má qualidade do solo e da água estão a diarreia, leptospirose, hepatite infecciosa, perturbações gastro-intestinais de etiologia escura, infecções dos olhos, ouvidos, garganta e nariz, entre outras.

consequência de opções sociais, econômicas e culturais. Poucos admitem que, na verdade, eles são apenas o sintoma, ou o efeito que já não pode mais ser ignorado, de um modelo de desenvolvimento que está se esgotando, justamente por não contemplar outras variáveis, como a ambiental.

Este trabalho de pesquisa tem a intenção de constatar se parte do problema ambiental ligado aos dejetos suínos no Alto Uruguai catarinense está ligado à cultura disseminada pelos processos de comunicação que abordam diariamente a questão. O cenário escolhido para verificar essa possibilidade é a Cooperativa de Produção e Consumo Concórdia (COPÉRDIA), a segunda maior de Santa Catarina no ramo agropecuário e que possui, entre seus sócios, 850 produtores de suínos. A Copérdia surgiu no dia 5 de setembro de 1967, resultado de regulamentação do cooperativismo no País feita pelo governo federal no início daquele ano. A cooperativa começou com 29 sócios e hoje possui 8.128. Atua em 17 municípios (todos os 16 do Alto Uruguai e um do Alto Irani catarinense), possui 367 funcionários e encaminha a sua produção de suínos, aves, leite e citros para a Cooperativa Central Oeste Catarinense Ltda, dona da marca Aurora, conglomerado que reúne 17 cooperativas do Oeste de Santa Catarina e Sudoeste do Paraná. Nela, visualiza-se por completo o mundo criado para a suinocultura na região, montado em torno do modelo de produção integrada de suínos³. É possível afirmar que, além de ser um modelo econômico, a produção integrada é uma forma de dominação cultural.

Dentro do sistema integrado de produção de suínos, a comunicação, que pode ser entendida como um processo de intervenção social, é feita, normalmente, apenas com um

³ O modelo integrado de produção foi implantado no Brasil no início dos anos 60, pela Sadia, e é aplicado também na industrialização de carne de frango e peru. Pelo modelo integrado, produtor e agroindústria mantém um contrato de parceria em que a agroindústria repassa os animais, define o pacote tecnológico, presta a assistência técnica, garante a compra da produção e determina o preço a ser pago. O produtor entra com as instalações e a mão-de-obra.

viés, o tecnológico, visando a maximização do resultado econômico proporcionado pela atividade. Os programas de rádio, jornais, eventos técnicos, comunicação face a face entre técnicos e produtores e outras formas de repasse de informações são formulados a partir da premissa de que há um homem do campo desinformado e que precisa absorver as mais modernas técnicas de produção para manter-se inserido dentro do mercado globalizado de carne suína. O mesmo acontece quando o conteúdo das informações é a questão dos dejetos suínos.

Há também uma motivação pessoal justificando a proposta desta dissertação. O autor⁴ cresceu no Alto Uruguai catarinense vendo a poluição provocada pelos dejetos como algo inevitável e aceitável diante do retorno econômico e social dado pela suinocultura. Nunca desconfiou que poderiam existir por trás da degradação ambiental escolhas, decisões de um modelo. Posteriormente, já atuando como jornalista, ajudou a noticiar os desastres ambientais provocados pelos dejetos suínos como problemas sem causas. A cada ano que acrescentava em sua carreira de comunicador, crescia o número de vozes falando em favor de uma intervenção na atividade para diminuir a poluição ligada aos dejetos, enquanto que a degradação ambiental só aumentava.

Desta forma, o problema de pesquisa deste trabalho está formulado por meio das seguintes perguntas:

- 1) Como são produzidas as informações ambientais dentro da Copórdia?
- 2) Como os processos de comunicação colocados em prática pela Copórdia

⁴ Jean Carlos Porto Vilas Boas Souza, jornalista formado pela Universidade Estadual de Ponta Grossa (PR) em 92, atuou durante seis anos como coordenador do Departamento de Jornalismo da Rádio Rural de Concórdia. Em 99, ingressou na Embrapa Suínos e Aves, também instalada em Concórdia, e atuou como gerente da Área de Comunicação Empresarial até 2003, quando ingressou no curso de mestrado em Comunicação e Informação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). A partir de 2001, também passou a atuar como professor do curso de Jornalismo da Universidade do Contestado (UnC-Concórdia). É ainda especialista em Metodologia do Ensino Superior em Comunicação pela Universidade Metodista de São Paulo.

abordam a questão ambiental?

3) A comunicação praticada pela Copórdia incentiva a construção de uma cultura que leve a uma nova relação dos produtores de suínos cooperados com o meio ambiente?

1.1 OBJETIVOS

O objetivo geral deste trabalho é verificar como os processos de comunicação da Copórdia contemplam os problemas ambientais decorrentes da produção de suínos no Alto Uruguai de Santa Catarina. Os objetivos específicos são:

- a) identificar como os agentes envolvidos percebem os problemas ambientais;
- b) identificar quais são os processos comunicacionais implementados pela Copórdia;
- c) verificar como é abordada a questão ambiental nos processos comunicacionais da Copórdia.

Além desta introdução, a dissertação está estruturada em mais cinco capítulos. No capítulo 2, a pesquisa expõe como a humanidade gerou os problemas ambientais que existem hoje, ressaltando a existência de uma cultura que impede a visualização de como eles são originados, e os sinais presentes nos sistemas globais de comunicação de que é possível construir um novo modelo de relação com a natureza. O capítulo 3 faz uma recuperação histórico-crítica da evolução da agricultura no Alto Uruguai catarinense, expõe como se instalou a suinocultura na região, do ponto de vista econômico e cultural, e as conseqüências ambientais que a atividade trouxe. No capítulo 4, é apresentada a metodologia aplicada. O

capítulo 5 descreve a trajetória da Copérdia e analisa os dados coletados por meio de entrevistas, aplicação de questionários e acompanhamento do serviço de extensão rural da cooperativa. Por fim, no capítulo 6, são apresentadas as considerações finais.

2 DA SIMPLIFICAÇÃO À COMPLEXIDADE

Na maior parte da sua existência, a espécie humana não precisou se preocupar com a maneira como se relacionava com o meio ambiente. O homem era quase insignificante diante do restante do mundo, e o impacto ambiental, por ele provocado, mínimo. Os efeitos da presença da espécie humana sobre o planeta mudaram definitivamente após a Revolução Industrial⁵ e se tornaram quase insuportáveis de 1950 até hoje, período em que a economia mundial aumentou sete vezes de tamanho⁶. Para Brown (2003), os números da economia mundial, considerados pelo senso comum como sinais inequívocos do progresso da humanidade, explicitam também o abismo ecológico com o qual a espécie humana se depara.

⁵ A Revolução Industrial iniciou em meados do século XVIII e num primeiro momento restringiu-se à Inglaterra. A substituição das ferramentas pelas máquinas, da energia humana pela energia motriz e do modo de produção doméstico pelo sistema fabril constituiu a Revolução Industrial, considerada um ponto de mudança drástica na trajetória da espécie humana em função do enorme impacto sobre a estrutura da sociedade que provocou. No século XX, uma nova revolução aconteceu. Surgiram os conglomerados industriais e multinacionais. Foi criada a produção em série, que num segundo momento se automatizou. Para absorver o que saía das fábricas, emergiu a sociedade de consumo de massas, com a expansão dos meios de comunicação. A indústria química e eletrônica, a engenharia genética e a robótica abriram possibilidades até então nem sonhadas pelo homem (Disponível em <www.culturabrasil.pro.br/revolucaoindustrial.htm>. Acessado em 26 de janeiro de 2005).

⁶ Brown (2003) critica os economistas que vêem no crescimento da produção de bens e serviços (em 1950, a economia global era estimada em US\$ 6 trilhões; em 2000, passou para US\$ 43 trilhões) um futuro promissor em expansão contínua. Os ecólogos olham para esse mesmo crescimento e o criticam, afirmando que ele é produto da queima de gigantescas quantidades de combustíveis fósseis, artificialmente baratos, num processo que está desestabilizando o clima.

As políticas econômicas que geraram o crescimento extraordinário da economia mundial são as mesmas que estão destruindo seus sistemas de apoio. Por qualquer medida ecológica que se possa conceber, são políticas fracassadas. Um manejo inadequado está destruindo florestas, pradarias, pesqueiros e terras agrícolas, os quatro ecossistemas que fornecem nosso alimento e, com exceção dos minerais, toda nossa matéria-prima também. Embora muitos de nós vivamos numa sociedade urbana de alta tecnologia, dependemos dos sistemas naturais da Terra da mesma forma que nossos ancestrais caçadores-caçadores dependiam. (BROWN, 2003, p. 7-8)

A edição de 22 de dezembro de 2004 da revista *Veja* (FONTENELLE, COUTINHO, p.180-213) traduz em números as conclusões de Brown. Cerca de 60% da Floresta Amazônica pode se transformar em cerrado se o ritmo de desmatamento atual for mantido; mais de 300 espécies de anfíbios estão ameaçadas de extinção na América Central; as catástrofes ligadas ao desequilíbrio ambiental provocaram prejuízos de US\$ 350 bilhões na América do Norte desde 1980; 10% dos mamíferos da China podem desaparecer em poucos anos; a Organização Mundial de Meteorologia, ligada às Nações Unidas, estima que pelo menos 160 mil pessoas morram por ano em consequência das mudanças no clima; especialistas prevêem que um quarto das espécies animais estará ameaçado de extinção até 2050.

A mesma edição da revista *Veja* mostra ainda as ameaças do aquecimento global⁷, provocado pela presença maior de gases como o dióxido de carbono na atmosfera. A década de 90 foi a mais quente registrada até hoje (os registros da temperatura no mundo iniciaram em 1866). O aumento da temperatura média no planeta resulta na diminuição do gelo nas calotas polares. Menos gelo no Ártico e na Antártida significa aumento no nível do mar e

⁷ O aquecimento global está ligado ao efeito estufa. Em princípio, o efeito estufa é um processo natural que forma uma barreira que impede o calor do Sol de sair da atmosfera. Esse fenômeno é o que mantém o planeta aquecido e possibilita a vida na Terra. Entretanto, quando a concentração desses gases é excessiva, o calor retido na atmosfera é maior do que o necessário. O calor extra é gerado pela utilização de combustíveis fósseis e a destruição das florestas. Desde meados do século XVIII, aumentaram em 30% o volume de gases e partículas tóxicas na atmosfera. A presença de dióxido de carbono hoje, segundo cientistas do Painel Intergovernamental sobre Mudanças Climáticas, é um terço maior do que a natureza é capaz de reciclar (Disponível na Internet em <www.comciencia.br/reportagens/clima/clima08.htm>. Acessado no dia 26 de janeiro de 2005).

alterações no clima, com conseqüências as mais diversas. O Quadro 1 apresenta dados referentes aos efeitos do aquecimento global sobre o gelo em diferentes pontos do planeta.

QUADRO 1 - Exemplos do degelo em várias partes do mundo

Nome	Localização	Perda Medida
Gelo Marinho Ártico	Oceano Ártico	Encolheu 6% desde 1978, perdendo 14% da espessura do gelo perene. Afinou 40% em menos de 30 anos.
Manta de Gelo Groelândia	Groelândia	Afinou mais de um metro por ano em suas bordas sul e leste, desde 1993.
Geleira National Park	Montanhas Rochosas, Estados Unidos	Desde 1850, a quantidade de geleiras caiu de 150 para menos de 50. As geleiras remanescentes poderão desaparecer em 30 anos.
Geleira Dokriani Bamak	Himalaia, Índia	Recuou 20 metros em 1998, comparado com 16,5 metros ao longo dos cinco anos anteriores.
Montanhas Tien Shan	Ásia Central	22% do volume do gelo glacial desapareceu nos últimos 40 anos.
Alpes	Europa Ocidental	O volume glacial encolheu mais de 50 % desde 1850. As geleiras poderão quase desaparecer dentro de décadas.
Kilimanjaro	Tanzânia	O gelo perene encolheu 33% entre 1989 e 2000. Poderá desaparecer por completo até 2015.
Geleira Quelcaya	Andes, Peru	A taxa de recuo aumentou 30 metros por ano na década de 90, contra uma média de apenas 3 metros anuais; provavelmente desaparecerá antes de 2020.

Fonte: Dados atualizados de Lisa Mastny, "Melting of Earth's Ice Cover Reaches New High," Worldwatch News Brief (Washington, DC: Worldwatch Institute: 6 de março de 2000, apud Brown, 2003, p. 36)

Os números que mostram as alterações provocadas pelo efeito estufa remetem a Serres (1990, p. 31), não tem dúvida sobre a direção que a humanidade está seguindo. Para ele, o "crescimento dos nossos meios racionais conduz-nos, a uma velocidade difícil de calcular, na direção da destruição do mundo que [...] pode condenar-nos a todos, e não já por localidades, à extinção automática". Por mais exagerada que possa parecer a previsão do filósofo francês,

os dados disponibilizados pelos cientistas que estudam os efeitos provocados pelas atividades humanas sobre o planeta confirmam a catástrofe visualizada por ele.

Se há a certeza de que nosso modo de vida nos aproxima mais do inferno do que do paraíso, e isso é exposto diariamente pelos meios de comunicação, por que a degradação ambiental parece só aumentar? Morin (2003) vê no não reconhecimento da complexidade⁸ as explicações para que se estabelecesse mundialmente como hegemônico um modelo insustentável do ponto de vista ambiental. Nas palavras do autor, a ciência trouxe conhecimentos espantosos sobre o mundo físico, biológico, psicológico e sociológico e, “no entanto, por toda a parte, o erro, a ignorância, a cegueira, progredem ao mesmo tempo que os nossos conhecimentos” (p. 13). A humanidade passou a ser dominada por uma inteligência cega. “Vivemos sob o império dos princípios de disjunção, de redução e de abstração⁹, cujo conjunto constitui o que eu chamo de ‘paradigma da simplificação’” (p. 16, grifo do autor).

Dentro desse modelo, impulsionado pelo quadrimotor ciência-técnica-indústria-lucro (MORIN, 2002), não existe espaço para um olhar abrangente, para a valorização de aspectos fora do racionalismo econômico, para a compreensão de que a humanidade está inserida em ecossistemas que podem ser perturbados irremediavelmente pelas escolhas técnicas e econômicas tomadas pelas populações que vivem em todos os recantos do mundo. A

⁸ Para Morin (2003), a complexidade não é o oposto da simplicidade e sim o reconhecimento de que o mundo não pode ser simplificado da maneira como a ciência faz supor. “À primeira vista, a complexidade é o tecido (complexus: o que é tecido em conjunto) de constituintes heterogêneos inseparavelmente associados: coloca o paradoxo do uno e do múltiplo. Na segunda abordagem, a complexidade é efetivamente o tecido de acontecimentos, ações, interações, retroações, determinações, acasos, que constituem o nosso mundo fenomenal” (p. 20). Aceitar a complexidade significa entender que a vida, natural ou social, é um “fenômeno de auto-eco-organização extraordinariamente complexo que produz autonomia” (p. 21).

⁹ Morin (2003, p. 17-19) entende por disjunção a dificuldade de comunicação entre o conhecimento científico e a reflexão filosófica. O autor afirma que o princípio da disjunção isolou uns dos outros os três grandes campos do conhecimento científico: a física, a biologia e a ciência do homem. Já a redução constitui-se no caminho encontrado para remediar os problemas criados pela disjunção. O conhecimento científico fez crer que o corte arbitrário operado sobre o real era o próprio real. Morin explica ainda que a abstração é necessária ao pensamento simplificador por este ser incapaz de conceber a união do uno e do múltiplo. É por meio da abstração que o pensamento simplificador homogeneiza ao anular a diversidade.

promessa de que as respostas e soluções estão ao alcance da ciência deixa a falsa impressão de que as possíveis imperfeições do modelo podem ser corrigidas pela mais recente novidade tecnológica. A técnica, supostamente, a tudo enquadra no mundo, desde as adversidades naturais até os problemas criados por ela mesma.

Não é bem assim, segundo Serres (1990):

As sucessivas crises das ciências e das técnicas associadas, em que cada uma, no auge da sua força, se aproximou perigosamente da morte – átomo e bomba, química e ambiente, genética e bioética –, justificam a exigência de uma prudência, piloto da eficácia e da verdade. (SERRES, 1990, p.145)

A humanidade dominou o mundo a partir do momento em que estabeleceu um contrato social, pacto que uniu os homens com o intuito de superar as dificuldades e perigos impostos pelo meio ambiente. A humanidade ocupou tantos espaços sobre a Terra que tornou-se uma variável física. Como conjunto, segundo Serres (1990, p. 36), “o homem é uma reserva, a mais forte e unida da natureza. É um ser-em-toda-a-parte. E ligado. Unidos por um contrato social, observavam os filósofos antigos, os homens constituem um grande animal”.

O grande animal não percebeu ainda que o inimigo de primeira hora, o Planeta Terra, está hoje subjugado e precisa ser tratado de outra maneira. Caso contrário, “o próprio vencedor” virá a desaparecer. Serres (1990) propõe que ao contrato social entre os homens seja acrescentado um contrato natural, que inclua a natureza no pacto que sustenta a humanidade. “Agora que sabemos associar-nos perante o perigo, precisamos de conceber, ao longo da outra diagonal, um novo pacto a assinar com o mundo” (Serres, 1990, p. 32). Aceitar o contrato natural significa ir além do que fazer correções na trajetória escolhida pelo homem:

Podemos, decerto, atrasar os processos já lançados, legislar para se consumirem menos combustíveis fósseis, replantar em massa as florestas devastadas – tudo excelentes iniciativas, mas que, no fundo, remetem para a imagem do navio que avança a vinte e cinco nós na direção de uma rocha na qual sem dúvida embaterá, enquanto na ponte de comando o oficial de dia recomenda ao maquinista que reduza a velocidade em um décimo, sem mudar a direção. (SERRES, 1990, p. 54)

O contrato natural proposto por Serres pode ser compreendido como uma proposta para a construção de uma nova cidadania mundial, ou mais abrangente ainda, para o florescimento de uma nova cultura mundial, calcada no reconhecimento das complexidades inerentes à vida e no respeito aos ciclos naturais do planeta. Serres (1990) deixa claro que o contrato natural segue em duas direções:

Se existe uma poluição material, técnica e industrial, que expõe o tempo, no sentido da chuva e do vento, a risco concebíveis, existe uma segunda, invisível, que coloca em perigo o tempo que passa e corre, uma poluição cultural que infligimos aos pensamentos profundos, esses guardiões da Terra, dos homens. E das próprias coisas. Sem lutar contra a segunda, fracassaremos no combate contra a primeira. Quem pode hoje duvidar da natureza cultural do que se chamou infra-estrutura? (SERRES, 1990, p. 55)

Se há, então, um problema com muitas faces, é preciso enxergar que por trás dos comportamentos nocivos ao meio ambiente há uma visão de mundo que justifica a postura destrutiva do homem, uma cultura da poluição, perceptível até no senso comum que se tem sobre um cenário ambientalmente correto. A imagem que predomina na visão popular a respeito de natureza em equilíbrio é a de um local bucólico, coberto por uma grama verde com árvores ao fundo, animais, de preferência brancos, soltos e em harmonia, num dia de sol e céu azul. Esse cenário é um retrato da intervenção do homem e pouco reproduz da rede de interações necessárias para que se mantenha a teia da vida. As idéias de limpeza, beleza, harmonia, bucolismo são construções simbólicas a respeito da natureza que não correspondem

às condições de equilíbrio da natureza, que necessita tanto da grama quanto de outras plantas rasteiras consideradas “menos nobres”, dos animais belos quanto dos de aparência mais repugnante, dos dias ensolarados quanto das tempestades assustadoras. Observar a teia da vida pelos olhos reducionistas do homem gera distorções que justificam muitos dos problemas ambientais que afligem o mundo.

Fica evidente que os problemas ambientais não podem ser abordados sem que sejam observadas todas as dimensões que os explicam, entre elas a cultural. Entretanto, para seguir adiante com este argumento, é importante entender o que, afinal de contas, é cultura e de que forma ela molda a sociedade. Thompson (2002, p. 167), ao fazer uma revisão histórico-crítica do conceito de cultura, revela que o entendimento em torno do que é cultura não é estático. Extraída da palavra latina *cultura*, num primeiro momento, cultura foi utilizada nos idiomas europeus num sentido próximo do original e designava “[...] fundamentalmente, o cultivo ou o cuidado de alguma coisa, tal como grãos e animais”. A partir do século XVI, a palavra cultura extrapolou o âmbito agrícola e passou a designar também o processo de desenvolvimento humano, o cultivo da mente. Com base no alargamento do sentido da palavra cultura, Thompson (2002, p. 170) chega a quatro versões do conceito de cultura. A primeira delas é a concepção clássica, cunhada pelos filósofos e historiadores alemães nos séculos XVIII e XIX: “[...] cultura é o processo de desenvolvimento e enobrecimento das faculdades humanas, um processo facilitado pela assimilação de trabalhos acadêmicos e artísticos e ligado ao caráter progressista da era moderna”.

Para o autor, as restrições e estreitezas da concepção clássica são característica principal e defeito ao mesmo tempo. Com o surgimento da disciplina da Antropologia, no final do século XIX, a concepção clássica perdeu espaço para o olhar antropológico. A Antropologia cresceu tendo no seu centro o conceito de cultura. Entre as concepções

Excluído: ¶

antropológicas, John Thompson (2002, p. 173) distingue duas, denominadas de concepção descritiva e concepção simbólica. A concepção descritiva define que:

Excluído: ¶

[...] a cultura de um grupo ou sociedade é o conjunto de crenças, costumes, idéias e valores, bem como os artefatos, objetos e instrumentos materiais, que são adquiridos pelos indivíduos enquanto membros de um grupo ou sociedade.

Por buscar envolver tudo o que não seja meramente fisiológico, a concepção descritiva perde-se na imprecisão e na similaridade com a própria definição do que é Antropologia.

Excluído: das práticas para culturais

Já a concepção simbólica desvia-se da descrição, para dedicar-se ao entendimento dos fenômenos culturais.

Cultura é o padrão de 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. (THOMPSON, 2002, p. 176)

Thompson (2002, p. 180) afirma que a concepção simbólica “falha ao não dar suficiente atenção aos problemas de poder e conflito e, mais genericamente, aos contextos sociais estruturados dentro dos quais os fenômenos culturais são produzidos, transmitidos e recebidos”.

Das críticas às concepções anteriores, Thompson (2002, p. 181) chega a sua própria concepção de cultura, chamada de estrutural: cultura é composta por

[...] formas simbólicas – isto é, ações, objetos e expressões significativas de vários tipos – em relação a contextos e processos historicamente específicos e socialmente

estruturados dentro dos quais, e por meio dos quais, essas formas simbólicas são produzidas, transmitidas e recebidas.

A proposta estrutural do autor complexifica a noção de cultura e traz à tona a abordagem sobre o exercício do poder. Se a cultura se dá numa estrutura contextualizada, faz-se e desfaz-se também baseada em relações de poder. Mais ainda: constitui-se numa das modalidades de poder que age sobre a estrutura social.

As conclusões de Thompson (1998) também são pertinentes para entender a cultura como poder. Ao analisar a comunicação e o contexto social, o autor (1998, p. 21) recorre a Bourdieu quando descreve que os fenômenos sociais são ações intencionais – e a comunicação é vista com uma das ações que ocorrem dentro da sociedade – concretizadas num contexto estruturado, moldado por circunstâncias previamente definidas, denominadas de “campos de interação” por Bourdieu. Os indivíduos movem-se e ocupam posições a partir do tipo e da quantidade de recursos que usufruem dentro dos campos de interação. Ao situar-se dentro do campo, os indivíduos evidenciam o poder que possuem. Thompson (1998, p. 22-24) enumera quatro tipos de poder: o econômico, “que provém da atividade humana produtiva”; o político, “que deriva da atividade de coordenação dos indivíduos e da regulamentação dos padrões de sua interação”; o coercitivo, “que implica o uso, ou a ameaça, da força física para subjugar ou conquistar um oponente”; e o cultural ou simbólico, “que nasce da atividade de produção, transmissão e recepção do significado das formas simbólicas”.

A cultura, então, dá sentido a tudo que ocorre nas estruturas dos contextos e processos sócio-históricos. E a partir dessa função, torna-se construtora dessas mesmas estruturas, revelando-se uma instância de poder. Parece óbvio sugerir a interpretação que dá uma dimensão cultural aos problemas ambientais, porém, normalmente, eles são tratados como resultado de ações isoladas, desastres provocados por “vilões” ou efeitos colaterais inevitáveis

do progresso. Dificilmente são vistos como conseqüências de contextos e processos historicamente e socialmente estruturados, pairando, simbolicamente, como questões alheias à vontade do homem, não vinculadas ao modelo de vida avalizado pela cultura dominante. Ocorre, geralmente, na análise dos problemas ambientais, a simplificação citada por Morin. Ao tentar reduzir a relação que possui com o meio ambiente a um aspecto meramente econômico, o homem demonstra não entender a complexidade inerente às interações ambientais.

Na mídia, é facilmente observável esse reducionismo que dificulta a intervenção em favor do meio ambiente. Hannigan (1995), ao discutir como os meios de comunicação noticiaram grandes desastres ambientais dos anos 80, afirma que:

[...] ao centrar-se em acontecimentos discretos, em vez de nos contextos em que eles ocorrem, os meios de comunicação social tendem a dar aos consumidores de notícias a impressão de que os indivíduos, ou corporações errantes, são responsáveis por esses acontecimentos, em vez das políticas institucionais e dos desenvolvimentos sociais. (HANNIGAN, 1995, p. 89)

A notícia, na tentativa de explicar o mundo dentro do formato jornalístico, procura respostas diretas para as seis perguntas clássicas do *lead*¹⁰. Não cabe neste formato definir o quem como o modelo de desenvolvimento criado dentro de uma estrutura sócio-histórica condicionada a relações de poder. As páginas de jornais ou noticiários de televisão e rádio procuram sempre a apresentação de um culpado com rosto definido.

Como exemplo, Hannigan (1995) esmiúça o caso Exxon Valdez, petroleiro que

¹⁰ As seis perguntas clássicas do *lead* são quem?, o quê?, quando?, onde?, por quê? e como?. De acordo com Mário Erbolato (1991), as notícias podem ser escritas utilizando a fórmula 3Q (quem, o quê e quando) + O (onde) + P (por quê) + C (como).

provocou o maior desastre ambiental do Alasca, em 1989. Os meios de comunicação centraram a história em torno dos problemas de embriaguez do capitão Joseph Hazelwood. Outros ângulos importantes, como a redução dos padrões de segurança marítima administrados pela guarda costeira norte-americana ou a incapacidade da indústria petrolífera de limpar grandes derramamentos de petróleo, passaram despercebidos. Para o público consumidor de notícias prevaleceu a noção de que o acidente foi provocado por um desleixado capitão, incapaz de conduzir uma embarcação carregada com petróleo. Só que o capitão Hazelwood não estava presente nas dezenas de outros desastres com petroleiros que aconteceram mundo afora nos anos subsequentes.

Os padrões de produção dos bens simbólicos comercializados pelos meios de comunicação de massa dificultam o esclarecimento sobre as estruturas sociais que originam e legitimam os modelos que também produzem danos ambientais. São lógicas tão dominantes que se fazem imperceptíveis. Na maior parte das vezes, o jornalismo, a publicidade e a comunicação de uma forma geral defendem a preservação do meio ambiente sem apresentar a verdadeira causa dos problemas ambientais, que é o modo de vida que tem como prioridade máxima a circulação de mercadorias. Leff (2001) alerta para a incapacidade do planeta suportar a promessa de consumo incrustada no âmago do capitalismo globalizado.

Hoje em dia, diante dos padrões prevalecentes de consumo, a equidade converte-se num despropósito. Só em pensar que cada indivíduo dos países pobres (China, Índia, por exemplo) pudesse ter acesso a um carro e a um refrigerador, faria estourar o planeta! (LEFF, 2001, p. 127)

Ele garante que a diversidade cultural é a chave para a mudança que o mundo necessita. “A equidade na sustentabilidade não pode ser proposta a não ser como um direito à diversidade cultural, o que implica uma diferenciação das formas sociais de produção e de

consumo” (LEFF, 2001, p. 128).

E não há como pensar em diversidade cultural no mundo de hoje sem passar pelos sistemas globais de comunicação¹¹. Martín-Barbero (2003) explica que:

[...] a comunicação é percebida, em todo caso, como o cenário cotidiano do reconhecimento social, da constituição e expressão dos imaginários a partir dos quais as pessoas representam aquilo que temem ou que têm direito de esperar, seus medos e suas esperanças. (MARTÍN-BARBERO, 2003, p. 63)

É na grande estrutura montada para a circulação mundial de bens simbólicos que o autor enxerga o palco preferencial não só para a reprodução da ideologia, mas também para o fazer e o refazer a cultura, não apenas para a comercialização de bens simbólicos, mas também para a recriação das narrativas nas quais se entrelaça o imaginário mercantil com a memória coletiva. Martín-Barbero (2003) vai mais longe. Para ele, a comunicação desempenha função constitutiva no processo cultural, “[...] pois as culturas vivem enquanto se comunicam umas com as outras e esse comunicar-se comporta um denso e arriscado intercâmbio de símbolos e sentidos” (MARTÍN-BARBERO, 2003, p. 68-69). Comunicação significa, dentro dessa perspectiva, “colocação em comum da experiência criativa, reconhecimento das diferenças e abertura para o outro”.

¹¹ Como sistemas (foi escolhida a palavra sistema porque ela significa a combinação de partes coordenadas para um mesmo resultado, ou de maneira a formar um conjunto) globais de comunicação, para efeito deste trabalho, são entendidas todas as estruturas voltadas para a circulação de bens simbólicos, algumas plenamente vinculadas à comercialização de produtos, outras parcialmente. É o caso das redes de distribuição de filmes, das agências internacionais de notícias, dos grandes conglomerados de mídia, da Internet. Apesar de terem o consumo como regra e a geração de conhecimento como palco de competição, esses sistemas permitem, dentro dos seus próprios mecanismos, o surgimento de discursos dissonantes, que contribuem para geração de um sujeito fragmentado, “composto não de uma única, mas de várias identidades, algumas vezes contraditórias e não-resolvidas” (HALL, 2002, p. 12).

Para que haja uma nova relação entre o homem e a natureza, é preciso que se construa, então, uma nova cultura, seguindo as reflexões de Serres e Leff. É necessário, ainda, que esse cabedal diferenciado de valores se insira nos sistemas globais de circulação de bens simbólicos, já que, segundo Martín-Barbero, é na comunicação que se talham as culturas. Obviamente que não existe uma receita para que esse movimento em favor de um modelo de vida mais adequado ambientalmente surja e floresça. E nem se pode imaginar que a construção de uma nova abordagem se manifeste apenas pela comunicação, sem a ação concreta de movimentos sociais. Mas o crescente ressoar do discurso ambientalista, por meio de redes alternativas de comunicação ou infiltrado nos sistemas globais de comunicação nos últimos 30 anos, é suficiente para autorizar o sonho do estabelecimento de uma nova conduta ambiental por parte da humanidade.

2.1 A PROLIFERAÇÃO DA BACTÉRIA VERDE

Capra (2002) acredita ser perfeitamente possível compreender a sociedade global¹² comparando-a com os sistemas biológicos. Ambos dependem de redes de comunicação

¹² A sociedade global é fruto das transformações econômicas e culturais ocorridas no mundo a partir da década de 70, mais notadamente a globalização econômica e a disseminação das novas tecnologias de comunicação e informação. Para Webster (1995), a sociedade global começou a se formar efetivamente a partir da crise do petróleo de 1973, que revelou as restrições de expansão contínua do modelo fordista, que possuía como pilares a produção e o consumo em massa devidamente ajustados com o pleno emprego e o crescimento contínuo de renda dentro de uma economia nacional fortemente direcionada pelo estado-nação. O esgotamento do modelo fordista fez com que o capitalismo se movesse em direção à globalização do mercado, marca principal do modelo pós-fordista. Nessa nova economia, que não é igual e nem tampouco radicalmente diferente do modelo fordista, a produção em massa cedeu espaço parcial ao gosto do consumidor, que passou a ditar as tendências da produção. Ao mesmo tempo, o trabalhador pós-fordista saiu da quase “inabilidade nata” exigida pela linha de produção em série para a busca da qualificação necessária para o manejo das novas tecnologias de informação, que demandaram habilidades ligadas à programação e reprogramação constante dos processos de produção. Este novo cenário econômico trouxe consigo uma hibridização cultural nunca antes vista. Quéau (2001) sugere até que “precisamos de uma cultura capaz de ajudar-nos a pensar o global com o local, isto é, de uma ‘cultura glocal’” (Quéau, 2001, p. 461, grifo do autor). Sobre sociedade global, ver ainda “Teorias da Globalização”, de Otavio Ianni.

(redes metabólicas, no caso dos organismos vivos; e redes de troca de informações, no caso da sociedade global) para progredir. A comunicação é o instrumento que introduz o novo, gera a instabilidade e promove a evolução. Assim é quando uma bactéria (informação nova) penetra num organismo e gera uma reação que pode até ameaçar a sobrevivência do ser vivo. Quando as características dessa bactéria são assimiladas, o organismo passa a ser diferente, renovado, evoluído. E assim também é quando um novo padrão de cultura e comunicação difunde-se pela sociedade. Ele se mostra perturbador num primeiro momento para, logo em seguida, passar a organizar a sociedade, como é o caso das mudanças culturais e econômicas promovidas pela globalização.

No entender de Capra (2002), é factível afirmar que:

[...] as redes metabólicas dos sistemas biológicos correspondem às redes de comunicação dos sistemas sociais; que os processos químicos que produzem estruturas materiais correspondem aos processos de pensamento que produzem estruturas semânticas; e que os fluxos de energia e matéria correspondem aos fluxos de informações e idéias. (CAPRA, 2002, p. 267)

A proposta central da estrutura conceitual do autor é a de que o seu padrão básico de organização é a rede. Padrão que depende dos fluxos de comunicação para manter-se ativo, fluxos que não podem ser totalmente controlados ou evitados, tanto nos organismos vivos quando nos sistemas sociais. Ele vislumbra na organização em rede um fenômeno social de relevância e o formato adequado para o exercício do poder dentro da sociedade global.

Capra (2002) sustenta ainda que no século XXI duas organizações em rede travarão uma batalha de grandes proporções. De um lado estará o capitalismo global e de outro comunidades sustentáveis baseadas na alfabetização ecológica e na prática do projeto ecológico, ambas envolvendo uma rede complexa e uma tecnologia avançada e especial. O

capitalismo global estará ancorado nas máquinas, capazes de criar produtos com rapidez cada vez maior, difundir bens culturais cada vez mais longe, fazer circular o capital por inúmeros mercados instantaneamente. O projeto ecológico terá ao seu dispor as novas descobertas da ciência (como combustíveis que não poluem o ar, equipamentos que utilizam com eficiência a energia solar, tecnologias agrícolas que não agredem o solo) e o discurso em favor da sustentabilidade da vida por meio da reprogramação das redes eletrônicas de informação.

A reprogramação mencionada pelo autor pressupõe que o sistema de comunicação do mundo global passará a disseminar novos valores. “O grande desafio do século XXI é da mudança do sistema de valores que está por trás da economia global, de modo a torná-lo compatível com as exigências da dignidade humana e da sustentabilidade ecológica” (CAPRA, 2002, p. 268). Quando comenta sobre esse grande desafio, Capra demonstra otimismo. Para ele, a remodelação da globalização já começou, fomentada em grande parte pelo movimento ambientalista¹³. E as crenças, valores e teorias que inflam o movimento ambientalista estão se instalando como “bactéria verde” nas entranhas do mundo globalizado a partir do espaço conquistado pelos atos e idéias de organizações não-governamentais nos sistemas planetários de comunicação.

O termo “bactéria verde” é cunhado pelo autor deste trabalho de pesquisa a partir da comparação que Capra (2002) faz dos organismos vivos com os organismos sociais. As idéias defendidas pelo movimento ambientalista e propagadas pelos sistemas globais de comunicação têm o poder de se transformar em agentes de mudança sobre a cultura

¹³ Este trabalho leva em consideração a conceituação feita por Castells (1999) para compreender melhor o que são os movimentos que lutam pelo meio ambiente. Para ele, existe o ambientalismo e a ecologia. O ambientalismo é toda forma de comportamento coletivo que, tanto do ponto de vista do discurso quanto da prática, pretende alterar os comportamentos do homem que provocam danos à natureza. Já a ecologia, na visão sociológica empregada Castells, abrange o conjunto de crenças, teorias e projetos que insere a humanidade como parte de um ecossistema mais amplo. O objetivo da ecologia é manter o equilíbrio desse ecossistema numa perspectiva dinâmica e evolucionária. Castells (1999) resume: “O ambientalismo é a ecologia na prática, e a ecologia é o ambientalismo na teoria” (CASTELLS, 1999, V.2, p. 144).

dominante. Assim, a “bactéria verde” significa as idéias que circulam pelos sistemas de comunicação e podem tomar de assalto o organismo social em escala planetária, perturbá-lo num primeiro momento e mudá-lo depois. O raciocínio que fundamenta a “bactéria verde” é aplicado da mesma maneira sobre a suinocultura no Alto Uruguai catarinense. Os programas ambientais criados na região nos últimos anos, a discussão mais aprofundada da questão ambiental e as barreiras econômicas que podem surgir devido ao problema não resolvido dos dejetos suínos lançaram bactérias no organismo da atividade, provocando instabilidade num primeiro momento, mas abrindo a perspectiva de mudanças significativas no futuro na relação com o meio ambiente.

O raciocínio em torno da “bactéria verde” apresenta um viés otimista, que realmente pode ser constatado de variadas formas. Apesar das críticas ao comportamento da mídia mundial, controlada pelo mesmo capitalismo que gerou o modelo dominante econômico e cultural, é inegável o maior espaço ganho pelos assuntos ligados ao meio ambiente nas últimas três décadas em todo o mundo. No Brasil, por exemplo, principalmente antes da ECO 92¹⁴, realizada no Rio de Janeiro, a maioria dos meios de comunicação de massa criou espaços específicos e passou a pautar com mais constância as editorias tradicionais com assuntos ligados à ecologia¹⁵. Após a ECO 92, aos poucos o noticiário sobre meio ambiente

¹⁴ Realizada de 3 a 14 de junho de 1992, a Conferência das Nações Unidas sobre o Ambiente e o Desenvolvimento (também conhecida como Cúpula da Terra ou Eco-92) reuniu 108 chefes de Estado para buscar mecanismos que rompessem o abismo norte-sul preservando os recursos naturais da Terra. As bases para a Eco-92 foram lançadas em 1972, quando a ONU organizou sua primeira conferência ambiental, em Estocolmo, e em 1987, ocasião em que o relatório "Nosso Futuro Comum", das Nações Unidas, lançou o conceito de desenvolvimento sustentável. Após negociações marcadas por diferenças de opinião entre o Primeiro e o Terceiro mundos, a reunião produziu a Agenda 21, documento com 2.500 recomendações para alcançar a sustentabilidade no mundo (Disponível na Internet em <<http://www1.folha.uol.com.br/folha/especial/2002/riomais10/>>. Acessado no dia 31 de janeiro de 2005).

¹⁵ Os assuntos ambientais passaram a ocupar espaço na mídia a partir dos anos 60, com denúncias sobre poluição urbana, uso exagerado de agrotóxicos e os perigos de degradação ambiental provocados pela superpopulação humana nos principais veículos de comunicação do mundo inteiro. Com a publicação da Declaração sobre o Ambiente Humano, após a Conferência de Estocolmo, na Suécia, em 1972, promovida pela Organização das Nações Unidas (ONU), as questões ambientais passaram cada vez mais a fazer parte do noticiário. Costa (2004), a partir do conceito de campo de Bourdieu, afirma que “formou-se então durante as últimas décadas, a

foi encolhendo, mas manteve um interesse bem maior que nas décadas anteriores. Em alguns meios de comunicação, o compromisso com a questão ambiental gerou laços irreversíveis. É o caso do jornal A Notícia, de Joinville, Santa Catarina, que após a aplicação de um programa chamado de Sistema de Gerenciamento Ambiental¹⁶, a partir de 15 de julho de 1999, tornou-se o primeiro jornal brasileiro a conquistar o certificado ISO 14001, conhecido como ISO Verde¹⁷.

Em todas as capas do A Notícia e na página eletrônica do jornal disponível na Internet aparece em posição destacada o selo ISO 14001. Mais importante que o selo é o espaço que o jornal, que tem circulação estadual, oferece para o debate das questões ambientais. A cada dois meses, o caderno AN Verde dedica de 12 a 16 páginas para discutir um único assunto. Em 29 de novembro de 2002, por exemplo, o jornal dedicou 16 páginas para discutir o destino do lixo urbano em Santa Catarina. Na chamada principal do caderno, uma denúncia: “A vida sobre montanhas de lixo: levantamento da situação em Santa Catarina revela descaso

base institucional do campo ambiental e foram criadas as condições para a profissionalização de seus agentes, produtores e reprodutores da crença no valor da natureza, com o apoio de um conjunto de instituições de saber específico” (Costa, 2004, p. 79). O espaço aberto pela mídia para as questões ambientais foi uma das principais responsáveis pelo estabelecimento do campo ambiental citado por Costa.

¹⁶ O programa de gerenciamento ambiental do jornal A Notícia tem como documento norteador a política ambiental da empresa, que prevê, além da publicação bimestral de um caderno com papel reciclado chamado de AN Verde, a constante conscientização interna (funcionários, por treinamentos) e externa (leitores, pela postura ecologicamente correta e por reportagens abordando questões ambientais). Também fazem parte do programa medidas para diminuição do impacto ambiental provocado pela impressão do jornal e parcerias com segmentos da sociedade civil para o desenvolvimento conjunto de programas de conscientização e educação ambiental. Disponível na Internet em <<http://an.uol.com.br/anverde/iso/0iso.htm>>. Acessado no dia 8 de fevereiro de 2005.

¹⁷ ISO significa Organização Internacional para Normalização (International Organization for Standardization), localizada em Genebra, na Suíça, e fundada em 1947. A sigla ISO é uma referência à palavra grega ISO, que significa igualdade. O propósito da ISO é desenvolver e promover normas e padrões mundiais que traduzam o consenso dos diferentes países do mundo de forma a facilitar o comércio internacional. A ISO tem 119 países membros. A ABNT é o representante brasileiro. A ISO trabalha com 180 comitês técnicos (TC) e centenas de subcomitês e grupos de trabalho. A série ISO 14000 é composta pela norma ISO 14001 e um conjunto de normas complementares. É uma norma de gerenciamento internacional em torno das atividades da companhia que têm impacto no ambiente. Obter a certificação ISO 14001 significa que o Sistema de Gerenciamento Ambiental da empresa foi avaliado por uma entidade independente reconhecida por um organismo nacional e mostrou atender todos os quesitos ditados pela norma. O certificado tem validade de três anos e após esse prazo precisa ser renovado (Disponível na Internet em <<http://an.uol.com.br/anverde/iso/0iso.htm>>. Acessado no dia 9 de fevereiro de 2005).

das autoridades”. O caderno serviu para apoiar uma iniciativa do Ministério Público de Santa Catarina, que havia iniciado pouco antes a atuação de municípios com aterros sanitários irregulares. Já em 22 de março de 2004, Dia Mundial da Água, o AN Verde tratou em 12 páginas sobre a necessidade de preservação dos oceanos.

Todas edições do AN Verde também apresentam uma particularidade interessante. O jornal comercializa espaços publicitários no suplemento, mas todos anúncios dizem respeito a ações ambientais promovidas por empresas privadas ou órgãos públicos. Na edição de março de 2004, por exemplo, 11 anunciantes compraram espaço publicitário para mostrar o que fazem e pensam em favor da água. A Tigre, uma das maiores empresas do país no ramo de tubos e conexões, ocupou uma página inteira para mostrar que os seus produtos preservam a água. O anúncio, publicado na página cinco do AN Verde de 22 de março de 2004, é quase que totalmente ocupado por uma foto em *close* de uma lágrima caindo do olho de uma mulher. Ao lado da lágrima, a frase “Se cada um não fizer a sua parte agora, esta vai ser a única maneira de ver água”. Na parte de baixo do anúncio, a empresa, por meio de um texto curto em letras brancas sobre um fundo vermelho, explica como preserva o meio ambiente: “Água é vida. E a TIGRE sabe disso. [...] Com seus produtos e sistemas, a TIGRE combate o desperdício de água, evita o estrago ambiental causado pelo vazamento de esgotos e previne doenças de veiculação hídrica. A TIGRE entende que agindo assim torna-se um grande aliado da saúde das pessoas e da conservação dos recursos naturais do planeta”.

O espaço que as questões ambientais encontra no jornal A Notícia pode ser compreendido como uma mistura de senso ecológico, oportunismo mercadológico e trabalho para construir uma imagem institucional simpática ao público. Essa postura de alguns meios de comunicação resulta, na prática, num alicerce robusto para a disseminação do pensamento ecológico e para a visibilidade do ambientalismo. Ao comentar sobre as ações bem-sucedidas

em nível mundial e local dos grupos que defendem a natureza, Castells (1999) cita que o espaço concedido pelos meios de comunicação aos atos dos ecologistas é tanto “[...] a ponto de existirem reclamações por parte dos políticos e das grandes corporações de que é a mídia, e não os ambientalistas, a grande responsável pela mobilização em torno da questão do meio ambiente” (CASTELLS, 1999, p. 161). Girardi (2001) se aproxima de Castells. Para ela, “[...] pode-se dizer que em certos momentos a imprensa foi uma grande aliada do movimento ecológico, apresentando nas coberturas diárias temas e conceitos que até então estavam restritos aos domínios das instituições de pesquisa ou dos cientistas” (GIRARDI, 2001, p. 59). Foi especialmente por meio da cobertura feita pela mídia, a partir dos anos 80, que o cidadão comum passou a conhecer, e de certa forma a exigir outras medidas para corrigir os malefícios causados pelo manejo equivocado de dejetos animais, os perigos do efeito estufa ou o efeito dos aerossóis sobre a camada de ozônio.

De forma intensa em alguns momentos ou esporádica em outros, ou de maneira mais constantes em certos veículos e ocasional em outros, inegável é o fato de que a mídia fez do meio ambiente um tema recorrente nas páginas de jornal, ondas de rádio, imagens de televisão e páginas eletrônicas da Internet. Tão recorrente que rotulou até uma nova variante do jornalismo, o “jornalismo ambiental”, que nasceu juntamente com o movimento ambientalista e os eventos mundiais promovidos pela Organização das Nações Unidas nas últimas três décadas (GIRARDI, 2001). O espaço dedicado ao meio ambiente nos meios de comunicação de massa é tão valorizado que uma das preocupações de organizações não-governamentais ligadas ao meio ambiente, como o Núcleo de Ecojornalistas do Rio Grande do Sul, é formar jornalistas em condições de “ler” com mais competência as informações ecológicas, perceber a sua complexidade, questionar com pertinência as instituições científicas e informar com precisão ao público sobre o comportamento de empresas e

governos.

Waldman (2003) considera primordial a presença de profissionais na mídia em condições de ler a questão ecológica. A construção de uma nova relação entre o homem e a natureza, chamada pelo autor de cidadania ambiental, começa pela imagem do meio ambiente elaborada pelos sistemas de comunicação. Segundo o autor, já existem distorções que precisam ser corrigidas, ícones disseminados pela mídia e pelos produtos culturais que mais dificultam do que ajudam. A idéia de que os problemas ambientais são referentes apenas a florestas devastadas, a animais em extinção e ao consumo irresponsável de reservas naturais leva para uma posição secundária o espaço urbano, palco preferencial para o exercício da cidadania ambiental e local que concentra os mais desafiadores desequilíbrios ecológicos. Para Waldman (2003), a leitura ecológica das cidades merece status de prioridade:

[...] sem, com isso, pretender que as espécies em extinção ou as paisagens naturais ameaçadas não sejam merecedoras de atenção, solicita-se que as cidades ocupem na consciência cidadã a mesma ordem de importância que elas concretamente ocupam na vida cotidiana da maioria dos humanos. (WALDMAN, 2003, p. 549-550).

Segundo Sorhuet (2001), o principal desafio do jornalismo ambiental é vincular o cotidiano dos leitores, telespectadores, radiouvintes ou internautas com os assuntos ambientais. Somente essa vinculação faz com que as questões ambientais tratadas pelos meios de comunicação adquiram a significação necessária para envolver o cidadão, despertando nele a motivação e induzindo-o à ação, mesmo que pontual, como a simples separação entre lixo orgânico e inorgânico na lixeira de casa. O autor defende que o jornalismo ambiental deve, até mesmo mais do que outras variantes do jornalismo, fomentar a formação de um receptor que não aja com passividade diante do conhecimento e até mesmo

possa criticá-lo. Trata-se de despender mais esforço para abrir a mente do que para levar informações ao público.

As limitações do jornalismo ambiental, como o apego às catástrofes, a tendência de comentar com maior ênfase os problemas ambientais distantes do que os próximos ao veículo de comunicação que os divulga, o repasse de informação que leva mais à perplexidade do que à ação, a falta de competência para tratar das complexidades inerentes ao tema e traduzi-las numa linguagem acessível ao público em geral (TARGINO, BARROS, 1996), não chega a comprometer os alertas que o movimento ambientalista se esforça para propagar. Através dos próprios meios que legitimam o estilo de vida pregado pelo capitalismo global, o discurso verde tem mostrado que é insustentável imaginar que as promessas de consumo da globalização podem ser cumpridas sem o comprometimento da própria vida no planeta. Ao mesmo tempo, as mensagens que circulam pelo sistema global de comunicação ajudam a propagar a utopia de uma cidadania ambiental.

2.2 A MODA VERDE

Na busca por novidades que mantenham o nível de consumo, o capitalismo global não refuta idéias e nem estilos de vida. Apesar da ecologia criticar quase tudo o que está ligado ao consumo desenfreado e o ambientalismo promover ações contra o modelo de vida baseado estritamente no capital, é crescente a utilização dos apelos ecológicos em bens culturais e materiais que se espalham pelo mundo. Os filmes de Hollywood, por exemplo, apresentam comumente uma postura politicamente correta em relação ao meio ambiente. Basta lembrar o sucesso alcançado em 1994 e 1995 pelos dois filmes estrelados por Ace Ventura, personagem do comediante Jim Carrey, que à custa de muitas caretas desdobrava-se para proteger animais

ameaçados por empresários inescrupulosos. Ou ainda sentir medo com o que pode acontecer no planeta a partir das alterações climáticas provocadas pelo efeito estufa, tema central do filme “O Dia Depois do Amanhã”¹⁸, um dos sucessos nos cinemas do mundo inteiro em 2004.

Não são só em filmes e bens culturais em que o apelo de venda alça mão de valores ligados à ecologia. É visível a existência de uma moda verde em quase todos os segmentos da indústria. Proliferam por todo o planeta alimentos, roupas, cosméticos, eletrodomésticos e até automóveis que se autodesignam como “protetores da natureza”¹⁹. Em muitos casos, esses produtos realmente se mostram menos poluidores em comparação com os seus antecessores ou concorrentes. Mas, como regra, não deixam de poluir. Apenas diminuem o tamanho da agressão. O Ford Eco Sport, lançado pela Ford no Brasil em 2002, é um exemplo dessa realidade. O carro é um sucesso de vendas e apóia toda a sua campanha publicitária em valores como harmonia com a natureza, contato com o verde e preservação da natureza. Apesar do Ford Eco Sport ser igual a quase todos os carros que circulam no país, no que diz respeito à poluição, vende-se, subliminarmente, como um produto integrado à natureza.

É preciso reconhecer que a moda verde, às vezes, pode provocar mudanças profundas.

A página eletrônica Coisas de Mulher vende pela Internet o absorvente feminino reutilizável

¹⁸ O filme tem como personagem principal o climatologista Jack Hall (Dennis Quaid). As pesquisas de Hall indicam que o aquecimento global pode disparar uma mudança abrupta e catastrófica no clima do planeta. Ele tenta avisar as autoridades do que está por acontecer, mas não é ouvido. Uma série de fenômenos meteorológicos cada vez mais severos começa a ocorrer pelo globo terrestre: granizo do tamanho de laranja atinge Tóquio, furacões com recordes de velocidades arrasam o Havaí; neve cai em Nova Déli, e então uma série de tornados arrasadores destrói Los Angeles. O aquecimento global acabou levando nosso planeta para uma nova Era Glacial.

¹⁹ É quase irônico associar preservação ambiental e indústria automobilística. Apesar dos carros atuais emitirem menos poluentes do que nas décadas passadas, eles ainda se constituem num dos principais responsáveis pelo efeito estufa. De acordo com o Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente (PNUMA), automóveis particulares formam o grupo de emissores de gases nocivos à atmosfera que mais cresce no mundo. Estima-se que os carros contribuam com cerca de 30% das emissões da Europa, por exemplo (Disponível na Internet em <<http://www.lead.org.br/article/view/1593>>. Acessado no dia 10 de fevereiro de 2005).

aBIOsorvente, que prega a troca do conforto e praticidade do absorvente descartável pela proteção ao meio ambiente. O produto coloca-se como uma alternativa ecológica aos absorventes descartáveis por ter vida útil de seis anos e por decompor-se em apenas 12 meses, em contato com a terra, após ir para o lixo. De acordo com o fabricante, “cada mulher usa em torno de 10 mil absorventes descartáveis durante sua vida fértil. Apenas nos Estados Unidos são jogados fora 12 bilhões de absorventes todos os anos. Esse lixo não é reciclável e demora mais de 100 anos para se decompor” (COISAS de Mulher, 2005). O fabricante sugere ainda que é possível deixar o absorvente reciclável de molho num recipiente com a água, sem sabão, e utilizar o líquido, que ficará rico em nutrientes, para regar plantas. Caso fosse adotado em larga escala, o absorvente feminino reutilizável alteraria radicalmente os conceitos da indústria de higiene pessoal.

A proliferação dos selos verdes, que dão aos produtos certificados de não agressão ao meio ambiente, é um sintoma de que uma parcela dos consumidores está disposta a desembolsar valores monetários maiores se eles redundarem em impacto ambiental menor. É perceptível o crescimento no número de pessoas que consideram mais importante a correção ambiental do produto do que o preço ou os benefícios que ele pode proporcionar. Castells (1999) aponta que, nos anos 90, “[...] 80% dos norte-americanos e mais de dois terços dos europeus consideram-se ambientalistas” (CASTELLS, 1999, p.141), ou seja, cidadãos abertos para o consumo preferencial de produtos que atendam aos valores ecológicos. A polêmica em torno dos alimentos transgênicos²⁰, que traz para o centro do debate a questão ambiental, é a prova de que a afirmação de Castells é pertinente.

²⁰ Alimentos transgênicos, ou OGMs (Organismos Geneticamente Modificados), são seres vivos criados em laboratório com técnicas de engenharia genética que permitem transmitir genes de um organismo para outro, de espécies diferentes, mudando a forma do organismo e manipulando sua estrutura a fim de obter certos atributos (Disponível na Internet em <http://www.aprendebrasil.com.br/falecom/nutricionista_artigo054.asp>. Acessado no dia 21 de novembro de 2004).

Os produtos transgênicos não são questionados pela ineficiência produtiva, pelo gosto ruim ou pelo preço abusivo. Pelo contrário. As empresas interessadas na produção de transgênicos argumentam que eles podem ser a solução para a fome no mundo. Mesmo assim, sofrem pesados ataques de grupos ambientalistas, que encontram ressonância na mídia. Os ambientalistas sustentam principalmente que não se sabe quais efeitos os alimentos geneticamente modificados podem provocar no organismo humano ou de animais. O levante ambientalista contra os transgênicos é semelhante à batalha dos ecologistas contra a energia nuclear nos anos 80. O discurso verde foi tão eficaz na época que a energia nuclear tornou-se a fonte de energia que menos se prolifera no mundo. A taxa de crescimento ficou abaixo de 1% a partir de 1996, sem condições de crescimento (CAPRA, 2002). O mercado global já entendeu que a rejeição ambiental é uma ameaça quase que mortal para qualquer produto.

A invasão verde ocorreu também nos discursos de partidos políticos e empresas nos últimos 30 anos. Atualmente, as questões ambientais fazem parte das plataformas de campanha de todos os partidos políticos, com maior ou menor espaço, e ocupam lugar de destaque na comunicação praticada pelas maiores empresas do mundo. O discurso verde é uma unanimidade. Poucos o contrariam, apesar da maioria ainda permanecer mais ligado à retórica do que à prática. Na busca por eleitores ou novos mercados, partidos políticos e empresas esforçam-se para mostrar que defendem a não agressão ao meio ambiente e detém o poder para colocar em prática uma “política verde”, estratégia específica para implantar dentro da burocracia estatal e das rotinas industriais os princípios ecológicos.

No mundo da política, o Partido Verde alemão é o exemplo mais bem sucedido do discurso verde (CASTELLS, 1999). Fundado em 1980 com base numa coalizão de movimentos populares, o Partido Verde alemão alcançou nos anos 90 vagas importantes no Parlamento e postos valorizados no governo nacional e na administração de cidades como

Berlim e Frankfurt. Castells (1999) assinala que o momento mais importante do Partido Verde na Alemanha coincidiu com um redirecionamento partidário, “[...] já que o partido não detinha mais o monopólio de defensor da causa ambiental, pois os social-democratas, e até mesmo os liberais, passaram a ser mais receptivos às novas idéias apresentadas pelos movimentos sociais” (CASTELLS, 1999, p. 153). Ou seja, o Partido Verde é hoje muito mais próximo de um partido tradicional do que de uma instituição ambientalista. Assim como a plataforma verde invadiu os demais partidos alemães, o jeito tradicional de fazer política invadiu o Partido Verde.

O discurso verde apresentou ainda mais vigor no mundo empresarial. Para Kunsch (1996), a temática ambiental foi incorporada na maioria das organizações e a ação empresarial em defesa do meio ambiente passa a ser percebida como uma nova postura pública das empresas. A pressão em favor do meio ambiente possui duas vertentes. A mais poderosa é a do consumidor, que tende a rejeitar produtos nocivos à natureza. A outra vem do próprio mercado. Já vigoram restrições na Europa, Ásia e América do Norte contra produtos que não respeitam políticas ambientais. Apesar da postura dos países que exigem o cumprimento das regras ambientais ser muito mais protecionista do que ecológica, a pressão tem dado resultados. Praticamente todas as empresas que aspiram participar do comércio internacional tentam se adequar dentro dos padrões das ISOs 9000 e 14000, certificados internacionais que rendem aos portadores garantia de acesso aos mercados mais exigentes mediante o cumprimento de regras de proteção ambiental.

A comunicação empresarial com ênfase no meio ambiente procura afastar ameaças ou promover produtos. Para Nogueira (1992), “[...] ecologia deixou de ser uma bandeira emocional e política para transformar-se num importante, talvez o principal, *megatrend* do mundo dos negócios” (NOGUEIRA, 1992, citado por KUNSCH, 1996, p. 118). Os

departamentos de marketing das grandes empresas, especialmente as que atuam em segmentos que naturalmente põem em risco o meio ambiente, usam todos os argumentos possíveis para mostrar que tal produto é feito com base em procedimentos ambientalmente corretos. A Petrobrás, empresa do governo brasileiro que protagonizou alguns dos maiores desastres ecológicos brasileiros das últimas décadas, é um exemplo desse tipo de comunicação. A página eletrônica da empresa na Internet apresenta todas as ações em favor do meio ambiente, como o financiamento do Projeto Tamar²¹.

Há ainda na página da Petrobrás um detalhamento sobre os cuidados ambientais que empresa possui quando explora o petróleo, quando perfura um poço, quando produz combustíveis e quando os transporta até os postos. Em todas as suas peças publicitárias, a empresa ainda se compromete a manter-se cada vez mais competitiva sem abrir mão da qualidade dos produtos, da minimização dos impactos ao meio ambiente e da segurança dos trabalhadores. “Por isso, a Companhia dedica igual atenção ao seu desenvolvimento tecnológico e aos aspectos de proteção ao meio ambiente” (PRESERVAÇÃO do Meio AMBIENTE, 2004). Kunsch (1996) alerta, porém, que o discurso empresarial verde não pode ser somente uma peça publicitária, destinada a convencer o consumidor a respeito da qualidade de um produto ou a sociedade sobre a preocupação da empresa com o meio ambiente:

Se uma organização está causando danos ao meio ambiente, não adianta produzir sofisticada comunicação institucional. [...] A sociedade moderna exige transparência dos fatos. Fazer e construir imagem positiva sem fundo de verdade é ilusão do passado. (KUNSCH, 1996, p. 120)

²¹ Projeto financiado pela Petrobrás que protege, desde 1980, com ótimos resultados, as cinco espécies brasileiras de tartaruga marinha.

Mesmo visando garantir o lucro como objetivo primeiro, o discurso empresarial verde realmente leva a ações em benefício da proteção ambiental.

Somados, os sintomas de uma nova postura presentes nos bens culturais, no consumo e no discurso, representam uma porta significativa para o erguimento de um sistema de valores que re programe a própria máquina que gera as mazelas do mundo atual. A mudança deve ser sutil, como sutis foram os primeiros passos da globalização. Já está em curso a concepção de um novo jeito de produzir, de uma nova forma de consumir, sustentáculos para o exercício de uma nova cidadania. Tal esperança diante dos sinais emitidos pelos processos pode aparentar excesso de otimismo ou até ingenuidade. É sensato, no entanto, reconhecer que de simples atos brotaram nos últimos anos ondas de cidadania que chamaram a atenção do mundo. Basta lembrar dos protestos em Seattle em novembro de 1999, quando representantes de ONGs ambientalistas e sociais do mundo inteiro apresentaram pela primeira vez de forma mais explícita os efeitos maléficos da globalização durante a 3ª Conferência Ministerial da Organização Mundial do Comércio (OMC). Do sonho de Seattle surgiu dois anos depois a realidade do Fórum Social Mundial de Porto Alegre, que instituiu oficialmente o debate mundial sobre uma cidadania global, capaz de dar um sentido e uma ordem para a expansão planetária do capital.

Há ainda o Protocolo de Kyoto²², que pode ser visto como um avanço importante no

²² O Protocolo de Kyoto é um acordo internacional que estabelece metas de redução de gases poluentes para os países industrializados e já foi assinado por 141 países. Ele foi finalizado em 1997, na cidade japonesa de Kyoto, baseado nos princípios do Tratado da ONU sobre Mudanças Climáticas, de 1992. O protocolo só ganhou força para entrar em vigor depois que a Rússia decidiu ratificá-lo, no ano passado. Era necessário que o tratado reunisse os responsáveis por pelo menos 55% das emissões. Apenas 30 países industrializados, no entanto, estão sujeitos a essas metas. O Brasil ratificou o tratado, mas não teve de se comprometer com metas específicas porque é considerado país em desenvolvimento. O grande ausente do protocolo, até agora, são os Estados Unidos. O presidente americano, George W. Bush, retirou-se das negociações sobre o protocolo em 2001, alegando que a sua implementação prejudicaria a economia do país. O governo Bush considera o tratado "fatalmente fracassado". Um dos argumentos é que não há exigência sobre os países em desenvolvimento para reduzirem as suas emissões. Bush disse ser a favor de reduções por meio de medidas voluntárias e novas

caminho de uma relação sustentável com o planeta. O protocolo, que entrou em vigor no dia 16 de fevereiro de 2005, prevê o financiamento de projetos ambientais em países em desenvolvimento para contribuir com a redução das emissões dos gases que provocam o efeito estufa. Representa, ao mesmo tempo, uma oportunidade de desenvolvimento para várias regiões do mundo que conjugam miséria com problemas ambientais. Na sua edição eletrônica do dia 16 de fevereiro de 2005, o jornal Folha de São Paulo publicou que o Banco Mundial já registra vários exemplos de como o protocolo vai ajudar a financiar mudanças ambientais:

Na Guatemala, onde apenas 41% da população têm acesso à eletricidade, uma empresa local, filial da gigante italiana Enel, instalou uma central hidrelétrica na zona oeste, perto da localidade de Santa Maria de Jesus. A central, financiada principalmente por uma agência do Banco Mundial, produz 178 gigawatts de eletricidade por ano e reduz as emissões de poluentes em 140 mil toneladas. Ela é parte de um projeto de conservação da água da região em proveito das comunidades indígenas. Da mesma forma, na África do Sul, dois projetos de produção de eletricidade a partir de gás originado da decomposição do lixo da cidade de Durban permitiram reduzir o uso do carvão no fornecimento de corrente elétrica nessa região. No total, as duas iniciativas contribuirão para reduzir as emissões equivalentes de CO² de 3,8 milhões de toneladas este ano. (KYOTO prevê reduzir o CO² mediante projetos ambientais em países emergentes, 2005)

Na opinião da maioria dos cientistas que estudam o efeito estufa, as metas instituídas em Kyoto apenas tocam a superfície do problema. O acordo visa a reduzir as emissões nos países industrializados em 5%, só que é praticamente consenso entre os cientistas que para efetivamente controlar o aquecimento gradual da Terra seria preciso uma redução de 60% das emissões de gases poluentes. Apesar das críticas, o Protocolo de Kyoto é importante porque estabelece linhas gerais para futuras negociações sobre o clima. O tratado teve o efeito ainda de fazer com que vários países transformassem em lei a meta de reduções das emissões

tecnologias no campo energético. (Disponível na Internet no endereço eletrônico <<http://www1.folha.uol.com.br/folha/bbc/ult272u39714.shtml>>. Acessado em 20 de fevereiro de 2005).

desses gases. Sem ele, certamente o movimento ambientalista teria menor poder de pressão sobre políticos e empresas para a implementação de medidas de proteção ou recuperação do meio ambiente.

2.3 A CONSTRUÇÃO A PARTIR DO LIMITE

A crise ambiental que diariamente produz manchetes nos meios de comunicação surge como um marco divisor da trajetória da humanidade. Ela coloca diante dos processos globais de acumulação de capital a questão do limite, expondo a impossibilidade do cumprimento da principal promessa da globalização, que era a de fazer felizes todos os habitantes do planeta a partir do acesso amplo ao consumo de bens duráveis e culturais. O limite imposto pelo meio ambiente escancara a insustentabilidade do modelo empregado pelo capitalismo globalizante e evidencia o real objetivo da sociedade global: vender mercadorias para o maior número de pessoas, não importa a que custo para o planeta e para a humanidade.

O vislumbamento de um limite ambiental é, no entender de Leff (2001), o princípio da ressignificação da sociedade atual, da passagem da globalização econômica para a globalização ecológica. O limite ambiental levanta-se como um fator tão poderoso que não poderá ser superado a partir da lógica capitalista. Necessariamente, a manutenção da vida no planeta passará pela emergência de novos valores, da instalação de uma cultura diferenciada da atual, que reconheça a complexidade presente na interação da humanidade com o planeta. Para Leff (2001), “isto implica o estabelecimento de novas relações sociais de produção e de novos sentidos civilizatórios, donde emerge um poder feito de uma nova matéria, sujeito a novas regras” (LEFF, 2001, p. 126).. Nessa nova ordem proposta pelo autor, o exercício da cidadania é causa e efeito, ação e reação. Do cidadão ciente do limite ambiental nasce o

cidadão construtor de um “[...] mundo novo, onde a racionalidade ambiental recebe, conjuga e dispersa as luzes e as vozes pela democracia, pela sustentabilidade e pela justiça social” (LEFF, 2001, p. 132).

Entre a exposição dos limites ambientais e a necessária construção de um novo sistema de valores pela cidadania estão os sistemas globais de comunicação. Não há como fomentar transformações significativas na globalização sem aproveitar-se dos poderosos instrumentos de disseminação de informações e cultura que representam as indústrias culturais, as mídias e as novas tecnologias de comunicação. Conforme sugere Capra (2002), quando compara os sistemas sociais aos organismos vivos e destaca a importância da comunicação para a evolução tanto da sociedade quanto dos seres vivos, a informação geradora de uma nova cidadania deve instalar-se dentro do organismo global por meio dos sistemas globais de comunicação como uma bactéria verde, fonte de instabilidade num primeiro momento e semente para o nascimento de uma sociedade global fundamentada em bases ecologicamente viáveis e socialmente mais justas no instante posterior.

Apesar da globalização econômica ser ainda a realidade e os pressupostos de uma cidadania ambiental continuarem presos ao mundo das utopias, a trajetória do movimento ambientalista evidencia que já existem sinais de que a bactéria verde pode disseminar-se pelos sistemas globais de comunicação. Mesmo que insuficientes, alguns cenários presentes nesses sistemas demonstram que é viável acreditar no potencial de mudança despertado pelo movimento ambientalista:

a) bombardeada por décadas pelas ONGs ambientalista, a mídia, mesmo com abordagens que eventualmente não se apresentam como as mais corretas, cedeu e cede cada vez mais espaços para a questão ambiental;

b) posturas e discursos ecologicamente corretos norteiam a elaboração de bens

culturais de consumo mundial difundidos pelos mecanismos do capitalismo global;

c) cada vez mais as empresas investem em peças de comunicação para demonstrar as ações ambientais que colocam em prática;

d) para apresentarem-se socialmente justas e ambientalmente corretas, e utilizarem esses rótulos em estratégias de marketing, as empresas mostram-se dispostas a financiar projetos que fomentem o exercício da cidadania entre as populações carentes;

e) tornou-se regra nas peças publicitárias que buscam vender os bens duráveis associar o produto em questão a conceitos de sustentabilidade ambiental e qualidade de vida;

f) os discursos dos partidos políticos e governantes em quase todo o mundo situam o meio ambiente sempre como prioridade;

g) a opinião pública em todo o mundo mostra-se cada vez mais sensível às questões ambientais, principalmente no que diz respeito às alterações provocadas por atividades econômicas.

Existe também mais um sintoma promissor emitido pela relação comunicação/movimento ambientalista. A eficiente e perspicaz utilização das novas tecnologias da comunicação pelas ONGs ambientalistas fez com que da atuação em rede na disseminação de informações brotasse um poder surpreendente. Castells (1999) registra que os grupos ambientalistas dos Estados Unidos distribuíram câmeras de vídeo a grupos em várias partes do mundo para que fossem registradas violações das leis ambientais. Os fatos documentados pelos grupos ambientalistas seguem para três endereços. O primeiro deles é a mídia, em forma de denúncia. A segundo é o rol de jornais, revistas e documentários em vídeo editados pelos próprios grupos. E o terceiro é a Internet.

Castells (1999) considera a Internet a ferramenta de comunicação preferencial para organizar e mobilizar o movimento ambientalista em todo o mundo. Ele cita vários exemplos

para comprovar essa organização e mobilização em rede via Internet: a coalizão de grupos ambientais dos Estados Unidos, Chile e Canadá que se mobilizou contra a aprovação da Associação Norte-Americana de Livre Comércio (NAFTA) na década de 90; o ponto de encontro em que se transformaram os sites da *Conservation Internacional* e da *Rainforest Action Network*, que defendem a causa dos povos indígenas nas florestas tropicais; e a discussão mundial promovida pela *Food First*, que se conectou a uma rede mundial de grupos ambientalistas de países em desenvolvimento para discutir questões ambientais e a miséria.

Aos exemplos do autor podem ser acrescentadas as duas recentes mobilizações de impacto por meio da Internet que envolveram grupos ambientalistas. Em novembro de 1999, representantes de ONGs ambientalistas e sociais do mundo inteiro encontraram-se em Seattle, nos Estados Unidos, para protestar contra os efeitos da globalização durante a 3ª Conferência Ministerial da Organização Mundial do Comércio (OMC). A Coalizão de Seattle, a partir do uso hábil da interatividade da Internet, firmou-se como um novo tipo de movimento político típico da Era da Informação (CAPRA, 2002). Como consequência da Coalizão de Seattle, surgiu em 2001 o Fórum Social Mundial. O evento foi realizado em Porto Alegre, no Rio Grande do Sul, em 2001, 2002, 2003 e 2005²³. Em 2004, o Fórum Social Mundial aconteceu na Índia. Em todas as edições, o fórum transformou-se num local de reunião de ambientalistas e representantes de movimentos sociais de dezenas de países com a intenção de discutir opções de remodelação do capitalismo global. Sem a Internet, o

²³ O V Fórum Social Mundial foi realizado em Porto Alegre entre os dias 26 e 31 de janeiro de 2005. Segundo os organizadores, foi a maior edição do encontro. De acordo com a assessoria de imprensa do evento, a edição de 2005 reuniu 155 mil pessoas, das quais 35 mil se hospedaram no Acampamento Intercontinental da Juventude, no Parque Marinha do Brasil. Estiveram presentes 6.588 organizações de 135 países. O número de profissionais da comunicação que cobriram o fórum chegou a 6.823. A edição de 2005 do evento teve ainda: cerca de 2.800 voluntários; a participação de 2.500 trabalhadores da Economia Popular e Solidária; a participação de 200.000 pessoas na passeata de abertura pelas ruas de Porto Alegre; e 2.500 atividades culturais (Disponível na Internet em <http://www.forumsocialmundial.org.br/noticias_01.php?cd_news=1705&cd_language=1>. Acessado no dia 20 de fevereiro de 2005).

Fórum Social Mundial não seria o que é. Com a Internet, os movimentos sociais mostraram que podem lançar questionamentos nunca antes apresentados ao capitalismo globalizado.

Não há dúvida que existem indícios de que deve ocorrer um choque de grandes proporções dentro da sociedade global. De um lado estará a utopia verde e do outro a lógica globalizante neoliberal. O choque terá o sistema mundial de comunicação como palco decisivo, espaço em que os dois lados exporão seus argumentos mais poderosos. Quem possuir um olhar otimista, apostará que virá a assumir o controle do mundo uma sociedade global sustentada por novos valores, composta por sujeitos praticantes de uma nova cidadania, que inclui a busca do equilíbrio ambiental. Já o olhar pessimista, não terá muito no que apostar. Os sistemas globais de comunicação têm mostrado explicitamente ou nas entrelinhas que os limites ambientais não dão chances de escolha para a humanidade. A continuidade do padrão atual de relação com o planeta levará fatalmente à extinção da vida, ou pelo menos das formas de vida hoje conhecidas.

3 SUSTENTABILIDADE CONTRA MONOCULTURA MENTAL: TENSÃO ENTRE CULTURAS NO MEIO RURAL

A agropecuária mundial é comandada, atualmente, por um modelo muito claro. A regra é produzir o máximo de alimentos, a partir de técnicas de produção baseadas nas indústrias de insumos, com custos cada vez mais baixos e direcionados ao mercado internacional. O produtor deve se preocupar com a escala de produção, com possíveis barreiras sanitárias, com a aquisição constante das novas tecnologias desenvolvidas pelas indústrias, com os altos e baixos da Bolsa de Chicago²⁴ e olhar para a sua propriedade como se ela fosse uma empresa. Quem não pensar desta maneira, está fora do negócio. O mundo agropecuário de hoje parece muito natural, calçado em verdades incontestáveis, mas não é. Ele, ao mesmo tempo em que impôs-se econômica e socialmente, criou em torno de si uma cultura para justificar-se.

O modelo que vigora na agropecuária mundial foi construído durante os anos 50. A

²⁴ A Bolsa de Chicago, chamada oficialmente de Chicago Board of Trade, é a mais tradicional bolsa de mercados futuros do mundo. Localizada em Chicago, no Centro-Oeste dos Estados Unidos, negocia 900 mil contratos por dia. Serve de referência na formação de preços dos alimentos mais consumidos no mundo, como a soja e o milho. No caso da soja brasileira, é um fator decisivo para a cotação. Foi criada em 1848 por 82 comerciantes que queriam facilitar os negócios entre si. A partir de então, começaram a ser feitos os contratos futuros, que permitem, tanto aos produtores como à indústria, reduzir os riscos decorrentes da atividade agrícola. Por exemplo: o produtor pode planejar os seus investimentos no momento do plantio, pois já sabe quanto receberá pela sua colheita. Já a empresa pode organizar o seu fluxo financeiro porque também já conhece antecipadamente quanto vai desembolsar pela matéria-prima (Disponível na Internet em <http://educaterra.terra.com.br/almanaque/bolsa_chicago2.htm>. Acessado no dia 19 de março de 2005).

Revolução Verde foi uma transformação na agricultura mundial baseada nas propostas do agrônomo norte-americano Norman Ernest Bourlag, que idealizou um sistema de produção intensa de alimentos com o uso de máquinas, insumos químicos e sementes selecionadas. A injeção de tecnologia básica e de um conjunto de práticas e insumos agrícolas asseguraram as condições para que as novas cultivares alcançassem altos níveis de produtividade, dando surgimento às sementes de Variedades de Alto Rendimento – VAR. Essas sementes vieram a substituir as chamadas sementes crioulas, até então bastante utilizadas na agricultura tradicional. Desta forma, a diversidade de espécies agrícolas diminuiu drasticamente no mundo. Os diferentes pequenos sistemas de subsistência foram substituídos por monoculturas e as necessidades geradas pela Revolução Verde se estenderam para outras áreas da produção agrícola. As carnes, frutas, derivados do leite, enfim, praticamente todos os alimentos consumidos pela humanidade, passaram a ser extraídos de uma máquina voltada para a obtenção do lucro.

É importante explicar que as condições para a implantação da Revolução Verde nasceram do espólio da Segunda Guerra Mundial. Os Estados Unidos, grande vencedor do conflito, passou a comandar a mundialização do capitalismo, especialmente após a segunda metade da década de 70. Uma das direções percorridas pela internacionalização do capital foi a troca da agricultura de subsistência pela agricultura tecnificada, chamada de agricultura moderna e de solução para a ameaça da fome no mundo pelos países que a venderam. A implantação da Revolução Verde aconteceu primeiro nos países desenvolvidos da Europa, América do Norte e Ásia. Nos anos 60, iniciou o processo de expansão para o restante do planeta, por meio de pacotes tecnológicos, tendo como alvo principal os países considerados subdesenvolvidos, como o Brasil.

“A Revolução Verde criou a idéia de que a fertilidade do solo é produzida nas fábricas

de substâncias químicas e que a produtividade agrícola só pode ser medida por meio de mercadorias vendidas” (SHIVA, 2003, p. 77). No campo de interação²⁵ em que se situa a agricultura, os poderes econômicos e político foram respaldados pelo poder cultural para fazer crer que a Revolução Verde é a única alternativa disponível para o meio rural. Para estabelecer-se no mundo inteiro, a Revolução Verde tachou de atrasados, ultrapassados, credices sem valor todos os demais conhecimentos a respeito da agricultura. A dominação cultural da Revolução Verde ainda é tão acachapante que “[...] aqueles que não se ajustam à uniformidade são declarados incompetentes” (SHIVA, 2003, p. 33).

Assim como a terra é dominada pelo modelo alicerçado na monocultura de grãos, Shiva (2003) acredita que as pessoas que vivem no meio rural são guiadas por uma monocultura mental:

Além de tornar o saber local invisível ao declarar que não existe ou não é legítimo, o sistema dominante também faz as alternativas desaparecerem apagando ou destruindo a realidade que elas tentam representar. A linearidade fragmentada do saber dominante rompe as integrações entre os sistemas. O saber local resvala pelas rachaduras da fragmentação. É eclipsado com o mundo ao qual está ligado. Desse modo, o saber científico dominante cria uma monocultura mental ao fazer desaparecer o espaço das alternativas locais, de forma muito semelhante à das monoculturas de variedades de plantas importadas, que leva à substituição e destruição da diversidade local. O saber dominante também destrói as próprias condições para a existência de alternativas, de forma muito semelhante à introdução das monoculturas, que destroem as próprias condições de existência de diversas espécies. (SHIVA, 2003, p. 25)

²⁵ As conclusões de Thompson (1998) também são utilizadas neste trabalho de pesquisa para entender a cultura como poder. Ao analisar a comunicação e o contexto social, o autor (1998, p. 21) recorre a Pierre Bourdieu quando descreve que os fenômenos sociais são ações intencionais – e a comunicação é vista como uma das ações que ocorrem dentro da sociedade – concretizadas num contexto estruturado, moldado por circunstâncias previamente definidas, denominadas de “campos de interação” por Bourdieu. Os indivíduos movem-se e ocupam posições a partir do tipo e da quantidade de recursos que usufruem dentro dos campos de interação. Ao situar-se dentro do campo, os indivíduos evidenciam o poder que possuem. Thompson (1998, p. 22-24) enumera quatro tipos de poder: o econômico, “que provém da atividade humana produtiva”; o político, “que deriva da atividade de coordenação dos indivíduos e da regulamentação dos padrões de sua interação”; o coercitivo, “que implica o uso, ou a ameaça, da força física para subjugar ou conquistar um oponente”; e o cultural ou simbólico, “que nasce da atividade de produção, transmissão e recepção do significado das formas simbólicas”.

A autora enfatiza que ao mesmo tempo em que levou a proposta da monocultura para a terra, o saber dominante, a serviço da globalização econômica, impôs-se pelo aniquilamento da diversidade cultural. Como sustentação das tecnologias e sistemas de cultivo há todo um aparato cultural legitimando a monocultura. A produção de grãos dependente de adubos químicos, sementes melhoradas geneticamente e emprego intensivo da mecanização é vista como moderna, viável, única forma possível de viabilizar a sobrevivência do agricultor. Já as demais técnicas de cultivo recebem o rótulo de atrasadas ou de subsistência, tratamento que raramente é questionado em escolas, meios de comunicação ou outras esferas. A afirmação cultural da monocultura de grãos é tão enraizada que até mesmo quando se apresentam os seus custos ambientais nem se discute a troca de paradigma produtivo. No máximo, examina-se a possibilidade de redução do impacto sobre a natureza provocado pela monocultura.

Shiva (2003) também vê na Revolução Verde a explicação para parte dos problemas ambientais que o planeta enfrenta neste momento. Para a autora, o conceito do que não serve dentro do modelo agropecuário hegemônico é causa de um sério desequilíbrio ambiental.

No entanto, o que é “improdutivo” ou “lixo” no conceito comercial da Revolução Verde agora está começando a aparecer como algo produtivo no contexto ecológico e como o único caminho para uma agricultura sustentável. Ao tratar os insumos orgânicos essenciais que mantêm a integridade da natureza como “lixo”, a estratégia da Revolução Verde assegurou que os solos férteis e produtivos são, na verdade, um monte de lixo. A tecnologia de “melhoria da terra” mostrou ser uma tecnologia de degradação e destruição do solo. Como o efeito estufa e o aquecimento global, uma nova dimensão foi acrescentada à ação ecologicamente destrutiva dos fertilizantes químicos. Os fertilizantes à base de nitrogênio liberam óxido nitroso na atmosfera; este é um dos gases de efeito estufa que está causando o aquecimento global. Portanto, a agricultura química

contribuiu para a erosão da segurança alimentar por meio da poluição da terra, da água e da atmosfera. (SHIVA, 2003, p. 78, grifos da autora)

O círculo monetário e cultural montado pela Revolução Verde tira da terra a virtude da geração de alimentos. Todo tipo de insumos é vendido aos produtores com a intenção de aumentar a produtividade. O investimento serve para que seja ofertada uma quantidade crescente de alimentos, por preços menores, a um mercado que é controlado por grandes empresas. O custo ambiental para rodar o sistema é incalculável. Ou melhor, é calculável, já que quanto mais insumos químicos absorve a terra, mais rentabilidade registra a indústria ligada à agricultura. Quanto mais se expande a monocultura, maior se torna o círculo monetário e cultural da Revolução Verde.

Enquanto os setores hegemônicos do mundo globalizado acreditam que estão próximos de inventar a agricultura que não depende da terra e do clima, o movimento ambientalista prega com entusiasmo a implantação de práticas agrícolas agroecológicas e o reencontro do homem com a terra. Esse choque de discursos e intenções está presente especialmente no noticiário sobre agricultura e na comunicação rural, que oscilam entre as maravilhas prometidas pela tecnologia e os alertas feitos pelos ambientalistas. Na comunicação feita para o mundo agrícola vê-se com clareza tanto a monocultura mental denunciada por Shiva (2003) quanto a proposta de uma relação diferenciada com o meio ambiente, presente no apelo mercadológico dos alimentos produzidos pelos métodos da agricultura ecológica.

A possibilidade de convivência de afirmações tão díspares no mesmo campo explica-

se pela busca da sustentabilidade na agricultura²⁶. A partir dos anos 70, desencadearam-se no mundo inteiro discussões sobre a necessidade de implantação de um modelo diverso de desenvolvimento na área agrícola, que não fosse fundado na exploração ambiental desregrada e que não se voltasse somente para a maximização dos lucros. A proposta de desenvolvimento sustentável logo instalou-se como oposição à Revolução Verde. Só que com o passar das décadas, o discurso favorável ao desenvolvimento sustentável tornou-se predominante nas vozes de todos os segmentos que compõem o campo da agricultura, mesmo que, na prática, poucos de fato lutem por ele.

O caso dos alimentos transgênicos também serve para entender como um conceito contrário à lógica do capitalismo globalizado serve para rotular tecnologias nascidas para manter o mesmo modelo agrícola. As empresas que comercializam, por exemplo, sementes de soja transgênica, argumentam que os organismos geneticamente modificados proporcionam maior proteção ao meio ambiente, maior disponibilidade de alimentos para acabar com a fome no mundo, ampliação da segurança alimentar para o consumidor e maior renda para quem vive no meio rural. Quem critica os alimentos transgênicos garante que eles ameaçam o meio ambiente, põem em risco a saúde pública, aumentam a exclusão no campo e só dão continuidade ao modelo que nunca conseguiu acabar com a fome no mundo.

Nos instrumentos de comunicação utilizados pelos dois lados, a sustentabilidade aparece como conceito inatacável. Mesmo defendendo bandeiras radicalmente opostas e partindo de conceitos próprios do que é sustentabilidade na produção de alimentos, defensores dos transgênicos e críticos garantem ter a melhor receita para a implantação da

²⁶ Por sustentabilidade na agricultura compreende-se a adoção de um modelo que contemple o desenvolvimento social, econômico, ecológico e político, tendo como premissa a ser alcançada a integração do gerenciamento ambiental com o processo econômico (ALMEIDA, 1997).

agricultura sustentável. É desse tipo de infiltração no organismo da sociedade globalizada que Capra (2002) fala. Para manter a maximização dos lucros, as indústrias agrícolas com atuação mundial se valem até de idéias que, em princípio, as condenam. O que pode parecer apenas a apropriação de conceitos para manter o mesmo modelo, num primeiro momento, abre espaço logo adiante para a sedimentação de uma nova cultura, capaz de abrir caminho para a possibilidade de uma mudança profunda na matriz tecnológica da agricultura industrial.

Não há dúvida que os sinais de esperança são fugazes. Mas merecem um pouco de crédito. Olhando apenas para a comunicação rural, são evidentes as alterações já provocadas pelas idéias que foram assimiladas pelo modelo hegemônico nas últimas três décadas. A busca pelo desenvolvimento sustentável fez com que a comunicação rural passasse a levar em consideração um cenário de relações combinatórias entre o global e o local, permeado pelas mediações do urbano e do rural, do massivo e do popular. Os novos arranjos institucionais praticados por organizações governamentais e não governamentais com vistas à geração de desenvolvimento sustentável transformaram o meio rural num espaço que não cabe mais dentro do modelo difusionista²⁷ de comunicação rural.

Santos (2002) sugere um novo papel para a comunicação rural:

[...] a Comunicação Rural deve promover a “concertação” dos atores envolvidos no desenvolvimento local no sentido de possibilitar a promoção de ações econômico-produtivas imediatas; garantir a oportunidade para que os projetos de desenvolvimento sejam resultados das aspirações das pessoas envolvidas localmente e que o apoio governamental, em todos os níveis, sirva de reforço à lógica local. (SANTOS, 2002, p. 51 – grifo da autora)

²⁷ O modelo difusionista surgiu nos anos 40, nos Estados Unidos, e volta-se para a difusão de inovações tecnológicas no campo. As três versões do modelo difusionista (Modelo de Difusão, Modelo de Programa de Pacotes e Modelo de Inovação) preocupam-se somente em convencer o produtor a aplicar as tecnologias repassadas com o intuito de aumentar a produção. O agricultor é visto como um “saco vazio” que precisa ser preenchido com um conhecimento pré-escolhido pelo difusor, repassadas com o intuito de aumentar a produção. (FONSECA JR., 2002, p. 90)

Dentro dessa perspectiva, o repasse de tecnologias para melhorar a produtividade não se apresenta como objetivo final da comunicação rural. Mais importante é promover as mudanças sociais para que o meio rural torne-se melhor para quem vive nele. Até porque a tendência é que cada vez mais o meio rural se abra para modelos econômicos, sociais e culturais alternativos.

Souza e Alcântara (2001) acreditam, por exemplo, que os padrões de produção difundidos pela Revolução Verde vão entrar em decadência. Segundo elas, as informações sobre segurança alimentar cada vez mais disponíveis para o consumidor serão o estopim para a transição em favor de uma agricultura orgânica²⁸. Hoje, o mercado mundial de produtos orgânicos movimentava cerca de US\$ 23,5 bilhões por ano. A previsão de especialistas do mercado agrícola é de que o espaço ocupado pelos produtos orgânicos aumente 20% ao ano no mundo. Para o Brasil, o crescimento anual projetado é de 10%. O enrijecimento dos padrões de certificação, rotulagem e rastreabilidade dos alimentos, para garantir ao consumidor a oportunidade de escolha do que lhe for mais conveniente, é um prenúncio que apóia a previsão de decadência do modelo difundido pela Revolução Verde.

Ao perceber que algo está mudando no meio rural, Araújo (2002) propõe uma nova maneira de comunicar, voltada para uma intervenção social em favor dos pequenos agricultores, das culturas subjugadas, da recuperação ambiental. Políticas de comunicação, no

²⁸ Agricultura orgânica possui várias definições, mas a mais aceita no Brasil é a determinada pelo Ministério da Agricultura e do Abastecimento, em 1999: "Considera-se sistema orgânico de produção agropecuária e industrial todo aquele que otimiza o uso de recursos naturais e socioeconômicos, respeitando a integridade cultural e tendo por objetivo a auto-sustentação no tempo e no espaço, a maximização dos benefícios sociais, a minimização da dependência de energias não renováveis e a eliminação do emprego de agrotóxicos e outros insumos artificiais tóxicos, organismos geneticamente modificados (OGMs), ou radiações ionizantes em qualquer fase do processo de produção, armazenamento e de consumo, privilegiando a preservação da saúde ambiental e humana ao assegurar a transparência em todos os estágios da produção".

seu entender, são políticas de apoio à intervenção social, são políticas sociais. Araújo (2002) prega a reconversão do olhar na prática da comunicação rural. Ela faz suas recomendações aos comunicadores rurais ao analisar os instrumentos de comunicação gerados por instituições que desenvolvem políticas de intervenção no meio rural do Nordeste brasileiro. A autora pratica a reconversão do olhar em dois âmbitos. O primeiro é metodológico e dá o rumo da pesquisa por ela desenvolvida. O segundo surge quando Araújo (2002) se coloca na posição de comunicadora. Para ela, os comunicadores devem se esforçar para colocar em prática:

[...] modelos de uma prática discursiva aberta, plural e intersubjetiva, entendida como negociação de sentidos entre interlocutores. Não eliminaria as desigualdades, que estas dizem respeito também a outras esferas, não só à discursiva, mas criaria condições mais éticas de relação entre a sociedade camponesa e aqueles que nela desejam atuar. (ARAÚJO, 2002, p. 268-269)

Colocar em prática a reconversão do olhar sugerida por Araújo (2002) é uma possibilidade para romper a monocultura mental citada por Shiva (2003). Caso pretenda-se como uma prática de intervenção social, a comunicação rural pode e deve se converter em instrumento para difundir uma nova agricultura, que respeite uma concepção sustentada da relação entre a humanidade e o planeta. Para Shiva (2003), esse movimento geraria uma democratização do saber.

A democratização do saber transformou-se num pré-requisito crucial para a liberação humana porque o sistema de saber contemporâneo exclui o humano por sua própria estrutura. Um processo desse tipo de democratização envolveria uma tal redefinição do saber que o local e o diversificado viria a ser considerado legítimo e visto como um saber indispensável porque a concretude é a realidade, a globalização e a universalização são meras abstrações que violam o concreto e, por conseguinte, o real. [...] A democratização baseada numa “insurreição do saber subjugado” é um componente desejável e necessário dos processos

mais amplos de democratização porque o paradigma anterior está em crise e, apesar de poder de manipulação, é incapaz de proteger tanto a sobrevivência da natureza quanto a sobrevivência humana. (SHIVA, 2003, p. 81, grifo da autora)

Não se imagina, no entanto, apesar da proposta de mudança contundente defendida por Shiva (2003), que a agropecuária mundial vá, de repente, alterar-se por completo. Nem se espera que a produção de alimentos deixe de ser vista como um negócio. Porém, há de se compreender rapidamente que o meio rural não se resume à sua dimensão econômica. Nem tampouco pode continuar explorando os recursos naturais da forma como o fez até agora. Como defende a Organização das Nações Unidas para Agricultura e Alimentação (FAO), desde 1991, de acordo com documento publicado após a Conferência Internacional sobre Agricultura e Meio Ambiente, realizada em abril daquele ano em Hertogenbosch, na Holanda, a implantação de uma agricultura sustentável deve ser assumida, em caráter urgente, como uma estratégia mundial. A agricultura sustentável é vista pela FAO como o conjunto de novos valores que terá o papel de dar limites à voracidade do capital internacional no mundo agrícola e de plantar modelos alternativos de produção, venda e consumo de alimentos em todo o planeta.

3.1 O MUNDO DA SUINOCULTURA NO ALTO URUGUAI

A suinocultura é um dos segmentos da agricultura em que mais se ouvem vozes chamando atenção para a preservação ambiental. E, paradoxalmente, é uma das atividades agrícolas que apresenta alto índice de agressões ao meio ambiente. O manejo incorreto dos dejetos suínos é uma ameaça constante à qualidade de vida nas regiões que concentram a produção de suínos, como é o caso do Alto Uruguai de Santa Catarina. Produzir carne de

maneira sustentável, mantendo o equilíbrio ambiental e o retorno econômico, passou a ser, especialmente na última década, bandeira de todas as partes envolvidas com a atividade, de agroindústrias a ambientalistas. Mesmo que na prática a poluição continue do mesmo tamanho, do ponto de vista cultural existe uma mudança importante em andamento no mundo da suinocultura.

Criar suínos faz parte da formação histórica, cultural, social e econômica do Alto Uruguai. A região foi habitada até o início do século passado, primeiramente, por índios e depois por caboclos, que por sua vez viviam da agricultura de subsistência e da extração da erva-mate. A chegada das companhias colonizadoras²⁹, na década de 10 do século passado, logo após com a construção da Ferrovia São Paulo-Rio Grande, estrada de ferro que ligava a capital paulista a Santa Maria, no Rio Grande do Sul, fez com que o Alto Uruguai passasse por uma grande transformação. Os caboclos, gradativamente, foram perdendo a terra que ocuparam sem o amparo de documentos de posse³⁰.

²⁹ A chegada das companhias colonizadoras fez parte da política de ocupação do território nacional deflagrada pelo Governo Imperial no final do século 19 e mantida pelo Governo Republicano no início do século 20. A expansão baseou-se na disponibilidade de capital internacional para a realização de grandes obras de infraestrutura. Os investidores estrangeiros recebiam em troca pela abertura de ferrovias, por exemplo, o direito de explorar madeira e vender áreas de terra para colonos recebidas dos governos estaduais. A ocupação do Alto Uruguai catarinense ocorreu a partir das terras cedidas a Brazil Railway Co., empresa responsável pela construção da Ferrovia São Paulo-Rio Grande, que tinha como subsidiária a *Brazil Development em Colonization Co.* Segundo Ferreira (1992), em 1925 a *Brazil Development em Colonization Co.* vendeu as terras à Sociedade Territorial Mosele, Eberle, Ahrons e Cia., que foi a responsável pela chegada de milhares de famílias de colonos na região, processo que resultou na formação das 16 cidades que compõem o Alto Uruguai.

³⁰ A expulsão dos caboclos é um dos motivos para a deflagração do último conflito armado do Sul do Brasil. A Guerra do Contestado iniciou no dia 22 de outubro de 1912, com o embate entre 300 caboclos liderados pelo monge José Maria e os 58 soldados do governo do Paraná comandadas pelo coronel João Gualberto Gomes de Sá. O monge e o coronel morreram no confronto, que terminou somente em 20 de outubro de 1916, com um acordo entre os governos de Santa Catarina e Paraná. Milhares de caboclos morreram durante as 13 expedições militares organizadas no decorrer de quatro anos para debelar o movimento iniciado pelo monge José Maria. Sobre a Guerra do Contestado recomendamos as obras "Cronografia do Contestado - Apontamentos Históricos da Região do Contestado e do Sul do Paraná" (Tokarski, 2002) e "Sangue, Suor e Lágrimas no Chão Contestado" (THOMÉ, 1992).

Neste processo de povoamento e colonização, evidencia-se o embate entre forças humanas, objetivando a conquista do espaço, provocando a inclusão social dos imigrantes e a exclusão dos indígenas e caboclos. Concomitantemente, excluíram e marginalizaram-se suas culturas, métodos de produção, formas organizativas, etc. (MARCHESAN, 2003, p. 40)

Segundo Rossetto (1989), os caboclos foram substituídos por colonos gaúchos descendentes de primeira geração de imigrantes vindos da Itália e Alemanha e por imigrantes oriundos diretamente da Europa.

Estes, atraídos pela propaganda de Companhias Colonizadoras, transpuseram o Rio Uruguai, superando, dessa forma, a fronteira de expansão agrícola de seu estado de origem e iniciando a ocupação definitiva do solo do Oeste de Santa Catarina e do Sudoeste do Paraná. Era o “pioneirismo” da economia de mercado, iniciada com a extração da madeira, cujo transporte pelo Rio Uruguai e cuja comercialização na Argentina, estabeleceram a base econômica do atual processo de agro-industrialização que se alicerça na suinocultura e na avicultura, outra linha de fronteira entre o mercado nacional e o mercado internacional. (ROSSETTO, 1989, p. 18, grifo do autor, apud MARCHESAN, 2003, p. 40)

É notória a forma de relacionamento com o meio ambiente escolhida pelos colonos. Desde o princípio, a intenção era explorar ao máximo os recursos naturais em nome do progresso. D’Angelis (1992), ao analisar o modelo colonizador instalado na região, afirmou que “[...] diante dos interesses econômicos não havia perspectiva ecológica, nem direitos históricos, nem respeito humano que valesse a pena ser considerado: o Oeste Catarinense foi devastado, tanto física como culturalmente” (D’ANGELIS, 1992, p. 210, apud MARCHESAN, 2003, p. 41).

Encerrado o momento mais lucrativo do ciclo da madeira, ao final da década de 30, os colonos instalados no Alto Uruguai inauguraram um novo período. Foi nos anos 40 que surgiram as primeiras agroindústrias na região, que viriam a se transformar em

conglomerados nacionais décadas mais tarde. Todas nasceram com o intuito de industrializar a carne suína e grãos como o milho e o trigo. O principal produto vendido pelas agroindústrias da época era gordura animal, utilizada em larga escala no país para a conservação e preparo da carne in natura. Bosísio, Lody, Souza et al (2003, p. 29) afirmam que “[...] a grande virada na industrialização dos suínos ocorreu na década de 50, com a introdução dos óleos vegetais em substituição à gordura animal e a expansão da eletricidade que reduziu a importância da banha na conservação da carne”.

O próximo passo da indústria ligada à produção de suínos foi entrar no sistema integrado. Segundo Campos (1987):

A partir de meados da década de 60 alteram-se as condições de reprodução da pequena produção no oeste catarinense, alterando-se também as condições de reprodução ampliada dos capitais agroindustriais organicamente a ela vinculada. Nesta década já havia se consolidado grandes frigoríficos de expressão regional, reunindo capitais suficientes para a acumulação ainda maior. (CAMPOS, 1987, p.150, apud GOULARTI FILHO, 2002, p. 313)

O crescimento acelerado das agroindústrias, especialmente a partir da década de 70, teve como sustentáculo o modelo integrado de produção de suínos, que funciona até hoje de maneira semelhante. Na integração de suínos, a empresa faz um contrato com o produtor, que pode atuar nas modalidades produtor de leitões, terminador ou ciclo completo³¹. A empresa fornece os animais (há casos, em menor escala, que os animais são do suinocultor), a

³¹ Hoje, o sistema de integração entrou numa fase de divisão de tarefas entre os produtores para maximizar os resultados. Os produtores de leitão são especializados na inseminação das fêmeas (pelo método natural ou artificial), gestação, parição e criação dos animais a até aproximadamente 40 dias de vida. Já o terminador recebe os animais com cerca de 40 dias e os cria até os 120 dias, quando entregues para abate com aproximadamente 100 kg. Já o produtor de ciclo completo é o que produz os leitões e os engorda até o abate. A preferência da indústria é pela divisão entre produtores de leitão e terminadores porque se acredita que a especialização é a mais indicada para pequenos produtores, como é o caso da maioria dos suinocultores integrados no Alto Uruguai.

assistência técnica e ainda revende rações e medicamentos. A carga do agricultor fica a entrega do animal dentro de determinado prazo e quesitos de qualidade. Para Goularti Filho (2002, p. 315), “[...] o pequeno produtor passa a ser explorado como um trabalhador qualquer, pois o excedente gerado é expropriado pelo grande capital. É uma subordinação real. Na verdade, os integrados tornaram-se integrados indiretos”.

Outra consequência do sucesso do sistema de integração foi a concentração. Na medida em que aumentou a produção de carne suína em Santa Catarina, diminuiu o número de frigoríficos.

Ao mesmo tempo em que há um aumento no abate de suínos em Santa Catarina nos anos 60 - passando de 617 mil cabeças, em 1960, para 1.261 mil, em 1970, e 3.882 mil cabeças em 1980 [...] – inicia-se um forte processo de centralização em favor das cinco maiores marcas. Em 1968, os quatro maiores frigoríficos eram responsáveis por 66,6% do abate total de suínos no Estado, percentual que em 1978 aumentou para 70,5%; e em 1984 para 90,8%. (GOULARTI FILHO, 2002, p. 310)

A concentração também aconteceu nas propriedades rurais. Testa et al. (1996) aponta que:

[...] em 1980, havia 67.000 suinocultores no oeste catarinense, sendo apenas 3.860 integrados; em 1985, esse número foi reduzido para 45.000, e o número de integrados aumentou para 18.232; e em 1990 já eram 30.000 suinocultores e 24.000 integrados. (TESTA et al., 1996, apud GOULARTI FILHO, 2002, p. 316)

Hoje, a quantidade de produtores de suínos se reduziu ainda mais. No dia 18 de março de 2005, na coluna Informe Suíno, publicada na página B-1 do jornal A Notícia, de Joinville, o presidente da Associação Catarinense dos Criadores de Suínos, Wolmir de Souza, afirmou que:

[...] a suinocultura catarinense está totalmente alicerçada no sistema de integração. Atualmente, o Estado possui 9.271 produtores integrados e apenas 472 independentes. “O modelo de integração não é ruim e foi, em grande parte, responsável pelo desenvolvimento tecnológico da suinocultura catarinense”, afirma Wolmir. “Agora, em muitos casos, o sistema de integração precisa de ajustes. Tem que ser bom tanto para o produtor quanto para a agroindústria”, completa.

A quantidade de suinocultores evoluiu no sentido inverso da capacidade de produção. Dos 67 mil produtores de suínos de 1980 em Santa Catarina, restam hoje na atividade apenas 14,5%. Já a produção de suínos do Estado, que em 1980 era de 4,43 milhões de cabeças (Santos Filho, Chiuchetta e Talamini, 2000), fechou o ano de 2003 em 7,88 milhões de cabeças (TABELAS de Produção de Carnes ICEPA, 2005), crescimento pouco inferior a 100%. Ou seja, em 23 anos a capacidade de produzir suínos em Santa Catarina dobrou utilizando-se de apenas um sexto do número de suinocultores que existiam em 1980.

Não há dúvida de que, observando apenas a sua trajetória econômica, a agroindústria ligada à produção de suínos, no Alto Uruguai e no restante do Oeste de Santa Catarina, alcançou resultados notórios, admirados pelo restante do país. Empresas como a Sadia, que surgiu em Concórdia em 7 de junho de 1944 e tornou-se a maior empresa da América Latina no processamento de carne de suínos e aves, são provas materiais consistentes do acerto do modelo econômico implantado na região. Mas a busca incessante do êxito monetário trouxe prejuízos, especialmente ambientais.

Em 1975, a questão ambiental entrou pela primeira vez no rol de preocupações dos segmentos envolvidos com a suinocultura. De acordo com o ex-pesquisador da Embrapa Suínos e Aves e atual professor e pesquisador da Universidade do Contestado (UnC), Carlos Cláudio Perdomo, até então não havia nenhum investimento relacionado aos dejetos suínos.

Os problemas ambientais ligados à suinocultura surgiram com mais intensidade no início dos anos 70, quando ocorreu uma mudança importante na atividade. O modelo de produção confinada dos animais, que gera um dejetos líquido e oferece ganhos de produtividade, passou a ser a preponderante na região. No modelo anterior, em que parte dos animais era criada solta, o dejetos resultante era sólido e não afetava tanto as águas superficiais. Na primeira metade dos anos 70, ficou claro para os municípios da região que a presença em excesso dos dejetos suínos na água ameaçava até a saúde da população, já que os rios que serviam para abastecer quase todas as cidades do Alto Uruguai apresentavam alto índice de coliformes fecais. Em 1975 começaram as reuniões entre os pesquisadores da Embrapa, recém instalada em Concórdia para pesquisar a área de suínos, Epagri e representantes das agroindústrias, produtores e poder público. Mas o investimento na busca de soluções tecnológicas para os dejetos suínos começou efetivamente em 1978. Na época, queríamos desenvolver um recipiente dos dejetos líquidos que pudesse ser transportado para a lavoura quando enchesse. Assim, o produtor não jogaria mais os dejetos no rio e ainda teria um adubo orgânico para aplicar na lavoura. Apesar da nossa concepção ser correta, na prática, não conseguimos naquele primeiro momento fazer com que a idéia funcionasse (PERDOMO, 2005³²).

Nos anos 80, mesmo com a publicidade que a questão dos dejetos suínos ganhou, nenhum avanço de concreto aconteceu. As crises de rentabilidade, provocadas pela oscilações entre oferta e demanda no mercado e pela presença da peste suína clássica no rebanho catarinense, deixaram sempre a questão ambiental em segundo plano no decorrer da década. Nos anos 90, devido a já insustentável condição ambiental vivida no Alto Uruguai, agroindústrias, produtores, instituições de pesquisa e poder pública voltaram a se reunir para encontrar uma solução tecnológica para a poluição por dejetos. Porém, de acordo com Carlos Cláudio Perdomo, outra vez a intervenção na atividade em favor do meio ambiente não deu certo.

Imaginava-se na época que bastava construir uma esterqueira em cada propriedade que o problema estaria resolvido. Para viabilizar a intervenção tecnológica, o Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES) chegou a criar uma linha especial de financiamento para os produtores que aderissem ao programa ambiental apresentado na época. Outra vez, na hora de levar o programa para o campo, as coisas saíram bem diferente do que se esperava. As muitas variáveis envolvidas com a

³² Depoimento ao autor, 24/03/2005, Concórdia.

armazenagem do dejetos, o manejo inadequado e as crises de rentabilidade cíclicas da suinocultura fizeram com que a poluição ambiental continuasse a mesma, se não maior.

A percepção de que eram inadiáveis ações que, no mínimo, diminuíssem a poluição ambiental provocada pelos dejetos suínos fez com que fossem criados a partir de 2000 programas inovadores no trato da questão. Na mesma medida, o Ministério Público de Santa Catarina resolveu, em 2001, cobrar com maior rigor a legislação ambiental quando lançou o Termo de Ajustamento de Condutas da Suinocultura Catarinense (TAC), que passou a ser aplicado primeiramente no Alto Uruguai. Esse novo momento será detalhado logo adiante.

Nos sistemas de comunicação atuantes no Alto Uruguai – conforme citado anteriormente, este trabalho de pesquisa os denomina como estatal, empresarial e de massa – os dejetos suínos percorreram um caminho um pouco diferente. No sistema estatal de comunicação, os órgãos públicos federais, estaduais e municipais que pesquisam e prestam assistência técnica na área da suinocultura só foram dar real importância ao tema nos anos 90. Segundo o engenheiro agrônomo e extensionista rural da Epagri em Concórdia, Zemiro Massotti, que desde 1984 tem a incumbência de repassar informações aos produtores da região, a comunicação sobre os dejetos passou a ser intensa recentemente.

Desde o início dos anos 80, nós repassávamos algumas informações sobre a questão dos dejetos. No entanto, falando francamente, até meados dos anos 90 o dejetos suíno era visto apenas um estorvo, algo que era ignorado sempre que possível. Como a poluição chegou a um ponto insustentável, todos passaram a dar mais atenção ao tema, inclusive empresas como a Epagri. Porém, não há dúvida que os órgãos estatais que atuam na suinocultura foram atropelados pela realidade, em relação à preocupação de comunicar sobre o tema. E ainda estamos longe de termos as condições para fazermos um trabalho exemplar. (MASSOTTI, 2005³³).

³³ Depoimento ao autor, 24/03/2005, Concórdia.

Outro exemplo do segmento estatal é a Embrapa Suínos e Aves. A empresa de pesquisa mantida pelo governo federal sempre manteve uma política de publicações sobre os mais variados temas envolvendo a suinocultura. Após a primeira versão do Plano Diretor da Embrapa Suínos e Aves – documento que define para os três anos subseqüentes as prioridades de pesquisa da unidade –, em 1996, as questões ambientais relacionadas com a suinocultura passaram a ser vistas como prioridade. Entre os procedimentos adotados pela Embrapa Suínos para abordar a questão estava a difusão das tecnologias voltadas para o manejo correto dos dejetos suínos via Internet.

A página eletrônica da empresa estatal disponibiliza gratuitamente o maior acervo do país sobre dejetos suínos. Na categoria meio ambiente existem 172 publicações, nos formatos de boletins de pesquisa, circulares técnicos, comunicados técnicos, instruções técnicas para o suinocultor, anais de simpósios da Embrapa Suínos e Aves, teses e dissertações de mestrado ou doutorado, palestras em anais de simpósios externos e folderes. Ainda é possível comprar livros editados pela Embrapa sobre o assunto pela Internet. Apesar da página eletrônica não oferecer um sistema de busca minucioso, é possível encontrar material técnico farto para quem deseja, principalmente, conhecer quais as tecnologias disponíveis para manejar os dejetos suínos.

Se o sistema estatal só foi adotar estratégias de comunicação sobre os dejetos suínos em meados dos anos 90, no sistema empresarial até hoje não existem iniciativas claras para difundir informações a respeito do assunto. Nos fomentos agropecuários das agroindústrias as informações circulam de maneira pontual, por meio dos técnicos e de veículos de comunicação, como jornais e programas de rádio voltados para os integrados de cada empresa, sempre que há a necessidade de repassar algo sobre o assunto. Porém, o trato da

questão ambiental sempre está um degrau abaixo da comunicação direcionada ao retorno econômico da atividade.

Os produtores de suínos comunicam ainda menos sobre a questão dos dejetos de suínos. Eles se manifestam sobre o assunto principalmente através da Associação Catarinense dos Criadores de Suínos, que mantém uma página eletrônica na Internet. Os dejetos suínos são tema recorrente nas notícias divulgadas pela página eletrônica desde que ela ingressou na rede mundial de computadores, em 2002, sempre procurando ressaltar a opinião dos representantes dos produtores em relação às discussões sobre o impacto ambiental provocado pela atividade. Entretanto, o esforço comunicativo da associação não vai além da intenção de tornar público para a sociedade o que pensam os produtores.

O sistema de comunicação de massa existente no Alto Uruguai, composto por emissoras de rádio e jornais – não existem emissoras de televisão de sinal aberto ou *sites* informativos comerciais radicados nos municípios da região –, reage ao sabor dos acontecimentos, dando quase sempre mais espaço para os fatos próximos do noticiário policial do que ao conteúdo que possa levar a algum nível de conscientização sobre o tema. São comuns os relatos a respeito de derramamento de dejetos suínos em rios, normalmente apoiados em registros feitos pela Polícia Ambiental, como o que ocorreu no dia 8 de agosto de 2004, em Linha Fazendinha, interior de Concórdia. A Rádio Rural, de Concórdia, noticiou assim o fato:

A Polícia Ambiental registrou na comunidade de Linha Fazendinha derramamento de dejetos suínos em curso de água. Foi constatado também a mortandade de peixes de várias espécies. O soldado Enoir Bedin afirma que o responsável pelo crime ambiental será acionado na justiça. (DERRAMAMENTO de dejetos suínos em Fazendinha, 2005).

As pautas que abordam o problema dos dejetos suínos também se originam dos eventos ou debates abertos pelo poder público, empresas de pesquisa, agroindústrias ou produtores. Raramente algo é divulgado por iniciativa dos meios de comunicação, mesmo nos últimos anos, quando o noticiário foi inundado por temas como os programas ambientais implantados na região ou o termo de ajuste da suinocultura. Os meios de comunicação, apesar de afirmarem possuir uma programação voltada aos interesses da comunidade, vêm como seu papel apenas a abertura de espaço para quem deseja falar sobre o assunto, sem exercer uma atitude crítica, de exposição do contexto ou educativa sobre o conteúdo relacionado aos dejetos suínos.

Observando a evolução da atividade e o comportamento dos sistemas de comunicação é possível delinear também uma trajetória cultural dos dejetos suínos no Alto Uruguai de Santa Catarina. No início da suinocultura industrial na região, nos anos 50, os dejetos eram quase invisíveis. Eles não significavam nenhum ganho econômico e também não ameaçavam tanto a natureza, já que a capacidade de absorção de rios e terras era superior à quantidade de esterco gerada pelo rebanho de suínos instalados na região. Outra diferença importante no que diz respeito ao meio ambiente era o modelo de criação, que produzia pouco dejetos líquidos. Segundo Cláudio Rocha Miranda, também pesquisador da Embrapa Suínos e Aves e que atuou durante 10 anos no setor de difusão de tecnologia na unidade da empresa instalada em Concórdia, até meados dos anos 70, os dejetos só eram lembrados quando se pregava a associação de atividades dentro da propriedade.

A recomendação técnica comunicada pelos agentes de extensão rural era a de que os dejetos suínos poderiam ser utilizados como alimentação para os peixes. Assim, normalmente, os produtores construíam as pocilgas sobre os rios e riachos, ou nas margens deles, para que o esterco pudesse correr sem dificuldades para dentro da água. Essa recomendação não era totalmente equivocada para a época, já que dentro de um certo limite, realmente o

esterco pode servir para alimentar alguns tipos de peixe. Só que na medida em que a produção aumentava, o que era alimento se transformou em fonte de poluição e morte nos rios. (MIRANDA, 2005³⁴)

Nos anos 80, quando claramente a suinocultura praticada na região passou a ser encarada como uma variável ambiental considerável, o que antes era uma alternativa de integração dentro da propriedade ganhou o rótulo de problema, de limitação para os ganhos que a atividade poderia obter. Os dejetos suínos ganharam o estigma de “vilões” da suinocultura. O noticiário dos meios de comunicação de massa, normalmente limitado ao registro dos estragos ambientais provocados pelos dejetos suínos nos rios, sem a exposição das reais causas da questão, ajudou a perpetuar a percepção de que a poluição ambiental parecia algo externo à suinocultura. A comunicação rural e de massa a respeito das questões ambientais envolvendo a atividade serviu sempre mais para legitimar o próprio modelo agrícola gerador de poluição do que para realmente implantar um novo modelo de relacionamento com o meio ambiente.

Por essa abordagem, é razoável supor que a monocultura mental elaborada por Shiva (2003) se encaixa perfeitamente no mundo da suinocultura no Alto Uruguai. No instante em que a suinocultura se industrializou, apareceu na região a figura dos agentes difusores de um modelo voltado para a extração crescente de lucro. Dentro desse objetivo, a cultura propagada por esses agentes, que podem ser definidos como os donos e dirigentes das agroindústrias radicadas na região, políticos e líderes empresariais dos segmentos associados à produção de suínos, tratou de inutilizar as outras alternativas de produção de suínos. A dominação cultural tornou-se extremamente rígida a partir da criação dos fomentos agropecuários, que gerou uma relação de dependência tecnológica, financeira e cultural quase

³⁴ Depoimento ao autor, 27/03/2005, Concórdia.

insuperável do suinocultor em relação às agroindústrias.

O espaço de negociação de conhecimentos praticamente desapareceu. Os produtores passaram a ter a opção de seguir as recomendações dos técnicos ou procurar outra agroindústria para entregar os suínos. Um exemplo desse desequilíbrio de poder refere-se ao modelo de criação de suínos. Nos anos 90 e de 2000 em diante, a Embrapa Suínos e Aves tentou difundir a criação de suínos ao ar livre e de suínos sobre cama³⁵. As duas proposições não foram aceitas pelas agroindústrias e acabaram ignoradas pelos produtores também. A grande maioria dos suinocultores não vê outra forma de produzir se não aquela ditada pelas agroindústrias, que, por sua vez, definem os rumos que a suinocultura vai tomar na região dentro do que orienta o mercado agrícola mundial.

A cultura legitimadora do modelo suinícola adotado no Alto Uruguai resume-se numa expressão largamente usada pela população. No decorrer das décadas, a frase sempre dita no momento em que alguém questionava ou estranhava o cheiro forte do dejetos suíno presente em quase todos os cantos da região, seja no interior ou na cidade, seja pela proximidade de uma propriedade rural ou pela passagem de um caminhão carregado com animais que seguem para o abate, é a seguinte: “isso não é cheiro de porco, é o cheiro do dinheiro”. A tradução dessa frase é de que acima dos incômodos gerados pelo modo de produzir suínos que a região escolheu está o resultado financeiro, bálsamo para todos os odores, depredações do

³⁵ A Embrapa desenvolveu um modelo de criação completo para suínos ao ar livre. No modelo, as vantagens apontadas pela Embrapa eram a melhoria do bem-estar animal e o menor impacto ambiental. As desvantagens estavam relacionadas ao desempenho econômico, um pouco inferior à criação confinada. A proposta sempre foi vista como algo ultrapassado pelos técnicos das agroindústrias e foi adotada por poucos produtores independentes em alguns pontos do país. No Alto Uruguai, a criação de suínos ao ar livre com objetivo comercial não existe. Já o modelo de criação de suínos sobre cama mantém os suínos confinados. Mas troca o leito de piso por materiais como maravalha, casca de arroz ou palha. As vantagens do sistema são o menor impacto ambiental, a melhoria do bem-estar animal e a manutenção dos resultados econômicos. Só que o sistema facilita a propagação de uma doença chamada linfadenite e acabou condenado dentro das integrações das agroindústrias.

patrimônio natural ou atentados contra a qualidade de vida dos moradores da região.

Os dejetos suínos são, assim, um grande problema ambiental no Alto Uruguai de Santa Catarina pelos seguintes motivos:

a) a evolução da atividade fez com que fosse adotado um modelo de produção de suínos que gera dejetos líquidos e possui um alto poder poluente;

b) o caminho econômico escolhido pela atividade foi o da concentração, no que diz respeito à produção e à industrialização; assim, o rebanho catarinense de suínos aumentou bastante em poucas regiões, uma delas a do Alto Uruguai;

c) a cultura propagada pelos agentes com maior poder dentro do mundo da suinocultura legitimou a adoção de um modelo que busca apenas o lucro, não importando o custo ambiental e social resultante;

d) como o econômico sempre foi a única instância realmente levada em consideração por todos os agentes dentro do mundo da suinocultura, o gasto em proteção e recuperação ambiental sempre foi visto como um aumento de custos e, portanto, um empecilho para a obtenção dos lucros pretendidos;

e) a maior parte dos consumidores sempre exigiu uma carne de qualidade e cada vez mais barata, sem se preocupar com o custo ambiental e social desse seu desejo;

f) os órgãos públicos nunca aplicaram com rigor a legislação ambiental.

A soma de todos esses fatores fez dos dejetos suínos um problema aparentemente

insolúvel no Alto Uruguai³⁶. Só que nos últimos anos surgiram motivos para uma visão menos pessimista. Do ano 2000 em diante, programas ambientais financiados pelo Banco Mundial, com a participação do governo federal, governo estadual, prefeituras, organizações não governamentais, empresas de pesquisa e extensão rural, produtores e agroindústrias, desencadearam no Alto Uruguai catarinense um debate mais abrangente sobre a questão dos dejetos suínos. O Termo de Ajustamento de Condutas da Suinocultura Catarinense, seguiu na mesma direção. A presença dos programas ambientais e do termo, por si só, já serviram para alargar a complexidade da questão ambiental no Alto Uruguai.

Um dia, em especial, merece ser reconhecido historicamente como o instante em que a esperança de uma solução floresceu no Alto Uruguai. No dia 2 de dezembro de 2002, durante uma audiência pública do termo de ajuste, realizada na Embrapa Suínos e Aves, ficou claro que havia algo de muito errado com a suinocultura praticada na região e no restante Santa Catarina. O coordenador de Defesa do Meio Ambiente do Ministério Público de Santa Catarina, promotor público Alexandre Herculano Abreu, revelou em seu pronunciamento que a suinocultura catarinense produzia na época 10 milhões de metros cúbicos de dejetos por ano, quantidade pouco inferior a gerada atualmente, já que a produção de suínos no Estado aumentou menos de 15% deste então. O promotor público completou: “Esse volume encheria uma vala imaginária de um metro de profundidade por 20 metros de largura de São Miguel do Oeste a Florianópolis, num total de 720 quilômetros. Quase todo esse dejetos, acreditem, acaba indo para os nossos rios”.

Aquela reunião do termo do ajuste e as que se seguiram trouxeram, de maneira

³⁶ Um livro lançado em março de 2005, parceria entre a Embrapa Suínos e Aves e a Editora Universitária Argos, ajuda a entender os fatores que explicam o problema ambiental dos dejetos suínos. "Desafios para o Desenvolvimento Sustentável da Suinocultura: uma Abordagem Multidisciplinar" é resultado de um projeto de pesquisa do Núcleo de Meio Ambiente da Embrapa Suínos e Aves, que organizou palestras e apresentações de trabalhos sobre o tema feitas nos últimos anos.

inédita, para o debate público perguntas, suposições, cenários e dados sobre a suinocultura da região. Um dos pontos de partida do termo de ajuste foi montar uma equipe com cerca de 100 profissionais que visitou cada uma das 3,8 mil propriedades rurais que produzem suínos no Alto Uruguai, no primeiro semestre de 2003. O diagnóstico produzido pelas visitas revelou, entre outras informações, que apenas 288 produtores rurais possuíam licença ambiental para produzir suínos, documento sem o qual, legalmente, uma propriedade rural não deveria funcionar. A etapa seguinte do termo de ajuste foi elaborar um plano de intervenção para cada propriedade, com proposições tecnológicas para cada realidade, quebrando o paradigma de que a resolução dos problemas ambientais gerados por aquele tipo de criação seria dependente de uma tecnologia que pudesse ser utilizada por todos os suinocultores.

Em 29 de junho de 2004, na sede do Ministério Público de Santa Catarina, em Florianópolis, o termo de ajuste propiciou ainda uma união financeira beneficiando o meio ambiente nunca antes realizada. Depois de mais de um ano de negociação, produtores, agroindústrias e poder público chegaram a um acordo sobre como pagar a intervenção ambiental em cada propriedade que produz suínos no Alto Uruguai.

Após muitos desacertos entre produtores e agroindústrias, será oficializado o troca-troca ambiental, no qual os frigoríficos financiam os produtores integrados e recebem o dinheiro cedido de volta em 60 meses na forma de quilos de carne suína. A previsão é de que cada produtor integrado gastará, em média, R\$ 10 mil para acabar com a poluição provocada pelos dejetos suínos. Além do investimento direto, o termo de ajuste prevê ainda a criação do Comitê de Desenvolvimento Sustentável da Suinocultura, responsável pela discussão da atividade e pela promoção de ações ambientais. "Não há dúvida que a suinocultura catarinense não será mais a mesma", garantiu o promotor Alexandre Herculano Abreu, responsável pela Defensoria do Meio Ambiente. "Resolver o problema ambiental gerado pela suinocultura não significa somente melhorar a qualidade de vida na região, mas manter a renda gerada pela atividade, que já atingiu um ponto insustentável do ponto de vista ambiental", disse Roberto Kurtz Pereira, gerente do Consórcio Ambiental Lambari, que coordenou tecnicamente a elaboração do termo. (A NOTÍCIA, 2005)

Em 28 de fevereiro de 2005, o Termo de Ajustamento de Condutas da Suinocultura Catarinense cumpriu mais uma etapa importante. Essa foi a data limite para que os produtores protocolassem junto ao Ministério Público os projetos de intervenção ambiental na propriedade, documento sem o qual não é possível aderir ao termo de ajuste. O jornal A Notícia, no dia 29 de junho de 2004, na notícia intitulada “Acordo diminuirá poluição gerada por dejetos suínos”, publicou que quase todos os produtores aderiram ao termo até a data limite.

Até o dia 28 de fevereiro, 90% dos 4 mil produtores dos 19 municípios englobados pelo termo apresentaram a proposta de adesão. Só que o ministério público ainda vai aceitar os projetos que não foram concluídos dentro do prazo. "Nossa previsão é de que mais de 95% dos produtores vão aderir ao termo", acredita o secretário-executivo do Comitê Regional da Suinocultura, Gentil Bonêz. Os 5% que devem ficar de fora são suinocultores que já desistiram da atividade ou com plantéis pequenos. Mesmo que não atinja todos os produtores inicialmente relacionados, não há dúvida que o termo de ajuste já pode ser considerado um sucesso. Ele deve influenciar até no planejamento da suinocultura. "Como o termo limita a produção de acordo com a quantidade de terra disponível para a utilização do dejetos suíno como adubo, acabará aquela história de aumentar o plantel toda vez que o preço melhora. Assim, será possível manter mais regulada oferta e demanda", explica o presidente da ACCS, Wolmir de Souza. A previsão de Wolmir é um dos ganhos indiretos proporcionados pelo termo. As últimas crises da suinocultura tiveram sempre o excesso de oferta como um dos fatores. O termo de ajuste da suinocultura não é o primeiro esforço para tentar acabar com a poluição gerada pela suinocultura. Mas é de longe a estratégia com maior potencial de realmente promover uma mudança radical na atividade. "Eu estou muito otimista. Já conseguimos avanços que são irreversíveis", diz o secretário-executivo do Consórcio Lambari, Roberto Kurtz Pereira. O momento econômico da suinocultura também favorece a implantação do documento. A favor do termo também estão outras três circunstâncias. A primeira é a mobilização institucional contra a poluição. Poder público, agroindústrias, produtores, instituições de pesquisa, imprensa e a população das cidades envolvidas demonstram que a diminuição drástica dos malefícios ambientais provocados pela suinocultura transformou-se numa questão de honra. Não há nenhuma voz dissonante sobre a importância de se enquadrar a atividade dentro das normas ambientais. (A NOTÍCIA, 2004)

Ao lado do Termo de Ajustamento de Condutas da Suinocultura Catarinense estão outras três iniciativas que pretendem corrigir os estragos decorrentes do manejo inadequado dos dejetos suínos. Uma delas é a segunda edição do Programa Nacional de Meio Ambiente (PNMA), de iniciativa do Ministério do Meio Ambiente e Secretaria de Estado do Desenvolvimento Urbano e Meio Ambiente de Santa Catarina, com a participação de 20 instituições públicas e privadas. A proposta do programa é implantar um modelo de gestão ambiental nas propriedades produtoras de suínos existentes nas bacias hidrográficas dos rios Fragosos, em Concórdia, e Coruja/Bonito, em Braço do Norte, dois municípios catarinenses com grande produção de suínos. O Ministério do Meio Ambiente pretende ter a experiência do PNMA como referência para outras regiões do país que também tenham problemas ambientais provocados pelo manejo inadequado dos dejetos suínos.

Entre os objetivos do PNMA está proporcionar o seguinte benefício aos produtores envolvidos:

A melhoria da Capacitação da Comunidade se dará pela valorização da propriedade, incremento na produção agrícola e ganho pela produção de suínos em sistemas ambientalmente sustentáveis. Isto tudo também refletirá na melhoria da qualidade de vida, pois haverá a redução das doenças veiculadas a água, dos maus odores e da proliferação de vetores. O incremento ao bem estar da população pelo adensamento da vegetação, saneamento ambiental da propriedade e recuperação da qualidade da água também serão benefícios aos suinocultores. (BENEFÍCIOS, 2005)

Na prática, os suinocultores abrangidos pelas duas bacias hidrográficas têm recebido apoio financeiro e técnico para adequar as propriedades. O PNMA vai se encerrar até o final de 2005.

O Programa de Recuperação Ambiental e de Apoio ao Pequeno Produtor Rural

(Prapem/Microbacias 2) é um projeto do governo de Santa Catarina e tem como objetivo “promover o alívio à pobreza rural através de ações integradas que visam ao desenvolvimento econômico, ambiental e social do meio rural catarinense, de forma sustentável e com a efetiva participação dos atores envolvidos” (PROJETOS, 2005). O Microbacias 2, como é mais conhecido o projeto, envolve 880 microbacias hidrográficas, distribuídas em 293 municípios, que correspondem a aproximadamente metade das microbacias existentes em Santa Catarina. A meta do projeto é trabalhar com 105 mil famílias, num total de 450 mil pessoas. Ele iniciou em 2003 e vai até 2008.

A primeira microbacia montada pelo projeto foi em Nova Teutônia, comunidade rural de Seara, um dos municípios do Alto Uruguai. O Microbacias 2 propiciou a contratação de um engenheiro agrônomo pela comunidade, que passou a ser o responsável pelo planejamento técnico das ações que serão desenvolvidas dentro da bacia, a partir da definição de prioridades, realizada em reuniões com os produtores. O Alto Uruguai é a região de Santa Catarina que mais recebeu investimentos do Microbacias 2 até agora. No total serão montadas 72 microbacias na região, com previsão de beneficiar 60% das famílias rurais, segundo dados do governo do Estado.

Já o Projeto de Gestão Ambiental Rural (Gestar), parceria de R\$ 2 milhões entre o Ministério do Meio Ambiente e a Organização das Nações Unidas para Alimentação e Agricultura (FAO), atende 43 comunidades rurais e 900 famílias de agricultores. O Gestar trabalha somente a organização das famílias de agricultores. A meta do programa é mostrar aos produtores como eles podem sobreviver com dignidade no meio rural e, ao mesmo tempo, recuperar o meio ambiente. O foco ambiental do projeto é o rio Ariranha, que passa por seis municípios do Alto Uruguai e é considerado o mais poluído do Brasil por dejetos suínos.

Merece destaque ainda o Consórcio Intermunicipal de Gestão Ambiental Participativa do Alto Uruguai Catarinense, chamado pelo nome fantasia de Consórcio Lambari e criado no dia 1º de junho de 2001. O consórcio congrega as 16 prefeituras da região e tem como objetivo desenvolver programas de gestão que conjuguem desenvolvimento social e econômico com sustentabilidade ambiental. O consórcio teve papel decisivo no termo de ajuste de condutas da suinocultura até agora e transformou-se no mais representativo fórum voltado para as questões ambientais na região.

A soma dos programas PNMA II, Microbacias II e Gestar com o termo de ajuste de condutas da suinocultura e o Consórcio Lambari gera uma intervenção não apenas ambiental. Há uma inequívoca nova cultura se formando no Alto Uruguai de Santa Catarina. Ou melhor: há um nítido sinal de que o organismo social pulsante na região já foi infectado pela bactéria verde, que, aos poucos, poderá mudar radicalmente a forma como o mundo da suinocultura se relaciona com o meio ambiente. Diante do problema ambiental que a atividade ainda gera, tal perspectiva posiciona-se como excessivamente otimista. Porém, não há como deixar de acreditar em avanços se o parâmetro for o passado. Em nenhum momento da história do Alto Uruguai o meio ambiente esteve tão em evidência quanto agora. E em nenhum outro momento também formaram-se tantas parcerias institucionais e financeiras para realmente alterar o cenário ambiental da região.

No futuro será fácil ver em que momento a cultura que impregna o mundo da suinocultura, dominada até então apenas pela busca do lucro, começou a ser contaminada por uma nova cultura. Bastará reconhecer o período em que prefeitos se uniram para compor um consórcio ambiental, em que agroindústrias aceitaram financiar a intervenção ambiental em propriedades rurais, em que suinocultores admitiram que não poderiam mais continuar trabalhando sem licença ambiental, em que o Ministério Público resolveu aplicar a legislação

ambiental de uma vez por todas, em que a sociedade entendeu que é preciso pagar um preço pela preservação do meio ambiente.

Quem fizer uma retrospectiva histórica da atividade verá também que as mudanças, na época, foram feitas com a intenção de preservar o dinheiro gerado pela produção e industrialização dos suínos. Só que, sem que a maioria percebesse, as concessões feitas tendo em vista o meio ambiente geraram avanços irreversíveis, que contaminaram as novas gerações e abriram a possibilidade de que décadas de agressões ao meio ambiente fossem substituídas pela noção de que é preciso encontrar uma forma de buscar o lucro sem a destruição do espaço onde ele é gerado.

Na definição dos instrumentos que permitiram a instalação de novos valores no mundo da suinocultura estará a comunicação. Ficará fácil também descrever que as iniciativas que mudaram a atividade no Alto Uruguai tiveram na comunicação um princípio balizador e uma prática aglutinadora. Admitir-se-á que o início da solução deveu-se à clara exposição dos fatores que fizeram o problema surgir. Não que naquele momento se contava tudo, entretanto, somente o fato de manter a questão dos dejetos sempre presente nos meios de comunicação e demais espaços de discussão pública contribuiu imensamente para que novas idéias provocassem, lentamente, mudanças importantes.

4 ASPECTOS METODOLÓGICOS

O objeto deste estudo compreende os processos de comunicação da Copérdia, cooperativa que se localiza no Alto Uruguai de Santa Catarina, região composta por 16 municípios e que concentra a suinocultura no Estado. O Alto Uruguai não é referência na produção de suínos apenas em Santa Catarina. A região é reconhecida em todo o país pelas contribuições ao passado e presente da atividade. Foi no Alto Uruguai que nasceram duas das maiores agroindústrias do Brasil, a Sadia e a Seara Alimentos. Foi ainda na região que surgiu o modelo de suinocultura industrial, do campo ao processamento, predominante no Brasil. O Alto Uruguai sedia também a Associação Catarinense dos Criadores de Suínos (ACCS) e a única unidade da Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (Embrapa) dedicada à pesquisa em suínos.

Não há dúvida que a suinocultura existente no Alto Uruguai espelha boa parte do que ocorre com a atividade no restante do país. Assim como o Alto Uruguai sintetiza o que é a suinocultura no país, a Copérdia apresenta-se como amostra completa da produção de suínos na região. A cooperativa reúne todas as características das demais grandes empresas que atuam no setor e um diferencial importante. Por ser uma cooperativa, admite e cultiva um vínculo mais democrático com os produtores de suínos, que não são tratados apenas como uma mera engrenagem na máquina da suinocultura industrial praticada na região.

O processo de comunicação praticado pela cooperativa com a intenção de atingir os suinocultores associados é amplo. Possui desde um âmbito interno, voltado especialmente para o repasse de informações aos técnicos, até um âmbito de massa, calcado na apresentação de programas nas emissoras de rádio de Concórdia e complementado pela circulação de um jornal mensal. Outro ponto importante do processo é a comunicação rural praticada pela Copérdia. A base dessa comunicação é o trabalho realizado diariamente pelos técnicos nas propriedades dos suinocultores cooperador. Os técnicos atuam como repassadores de informações técnicas e como formadores de opinião. Eles são a face visível, a voz, o ponto de contato da cooperativa com os associados. Por isso, desempenham um papel decisivo para a eficácia dos processos de comunicação.

A Copérdia possui 11 funcionários (10 técnicos agrícolas e um engenheiro agrônomo) que atuam diretamente com os produtores. Os programas de rádio e o jornal são elaborados pelo setor de comunicação, composto por dois estudantes de comunicação, um deles com experiência prática de mais de 25 anos em emissoras de rádio. Uma peculiaridade interessante é que o setor de comunicação praticamente não faz comunicação interna. Quando é necessário repassar informações aos técnicos, sobre meio ambiente, por exemplo, para que eles levem aos produtores o que a cooperativa julga importante, é a chefia do setor técnico quem se encarrega de liderar e executar esse âmbito do processo de comunicação.

Este trabalho de pesquisa se atém à produção de informação ambiental dentro da Copérdia por dois motivos. O primeiro diz respeito à contribuição significativa para a compreensão do problema ambiental causado pelos dejetos suínos que provém da análise da comunicação praticada pelas agroindústrias que exploram a suinocultura no Alto Uruguai. O segundo está ligado à incapacidade deste trabalho em fazer a análise da produção e da recepção das informações ambientais que abordam a questão dos dejetos no Alto Uruguai. As

limitações de tempo, de pessoal e de recursos financeiros justificam essa incapacidade, ao mesmo tempo em que deixam como sugestão para outros pesquisadores a continuidade do presente estudo, direcionando esforços e olhares para o desvendamento de como recebem as informações ambientais os suinocultores do Alto Uruguai.

4.1 AS TÉCNICAS DE PESQUISA

Para dar conta das peculiaridades do objeto de pesquisa, mostrou-se mais apropriado recorrer a uma investigação de cunho qualitativo, a qual considera que há um vínculo indissociável entre o mundo objetivo e a subjetividade do sujeito, que não pode ser traduzido em números. Enquanto o quantitativo se dedica à regularidade dos objetos analisados, com a intenção de verificar, através da medição e outras técnicas precisas, o qualitativo volta-se para o distintivo, o diferente, buscando entender, a partir da interpretação (OROZCO GÓMEZ, 2000). É claro que o quantitativo e o qualitativo podem ser utilizados de maneira complementar. Algumas verificações quantitativas deste trabalho de pesquisa fizeram-se importantes para subsidiar a interpretação. Isso não significa uma contradição. Ainda que o mais importante seja a descrição do fenômeno, “há uma base quantitativa nos estudos qualitativos” (OROZCO GÓMEZ, 2000, p. 78).

Esta pesquisa parte de uma discussão prévia sobre a trajetória das condições culturais, econômicas e sociais que permitiram a instalação da suinocultura na região. Essa reflexão histórico-crítica sobre a atividade é essencial para entender de quais escolhas e comportamentos surgiram os problemas ambientais ligados aos dejetos suínos. A explicitação do contexto histórico ajuda ainda a interpretar de maneira mais apropriada os fenômenos

sociais do presente. Para fazer essa reflexão, foi preciso recorrer a um levantamento de literatura e a entrevistas com pessoas ligadas à suinocultura.

Por seu caráter qualitativo, a pesquisa não se confinou em uma única técnica. Vários instrumentos foram empregados, especialmente a “triangulação”³⁷ sugerida por Jankowski e Wester (1993). Esta consiste na utilização de diferentes técnicas para o recolhimento de dados, a começar pela observação participante, que prevê a presença do observador no meio em que está o objeto de estudo. Além de permitir percepção mais realista da estrutura e do processo de comunicação da Copérdia, a presença no local (dos dias 14 a 28 de fevereiro de 2005) possibilitou o saneamento de dúvidas a respeito de como são selecionadas e levadas as informações ambientais aos suinocultores associados. Outro proveito proporcionado pela observação participante foi interagir com os técnicos da cooperativa, conhecendo a valorização que eles dão e as estratégias que adotam na hora de levar uma informação ambiental ao produtor de suínos. Foram acompanhadas visitas de cinco técnicos a um total de 12 produtores. Durante as visitas, anotou-se principalmente quantas e como foram repassadas informações ambientais aos suinocultores.

As entrevistas são outra ponta da “triangulação”. Optou-se pela entrevista semi-estruturada aplicada aos dirigentes da cooperativa (presidente, vice-presidente e coordenador de produção), responsáveis pelo setor técnico (dois gerentes) e responsável pelo setor de comunicação. As entrevistas partiram de algumas questões centrais e específicas, como a avaliação sobre a comunicação voltada ao meio ambiente praticada pela cooperativa e qual o

³⁷ Jankowski e Wester (1993, p. 78) chamam de triangulação metodológica a estratégia de investigação que utiliza diferentes métodos de investigação para o recolhimento e análise dos dados. Os autores sugerem o uso da triangulação em pesquisas de cunho qualitativo, já que o método múltiplo garante resultados mais válidos do que uma investigação simples. A triangulação não se aplica apenas sobre a metodologia, mas também sobre os dados, sobre o investigar e sobre a teoria. A triangulação dos dados se refere às dimensões do tempo, espaço e nível analítico em que se obtém a informação. A triangulação do investigador leva consigo o enfoque de utilizar diferentes analistas, como parte de uma equipe multidisciplinar de cientistas. Já a triangulação teórica sugere a aplicação de conceitos e perspectivas a partir de diversas teorias e disciplinas.

nível de prioridade que a informação ambiental possui dentro do processo de comunicação da cooperativa, para nortear o diálogo. As entrevistas procuraram clarear qual a importância que tem a questão ambiental dentro da Copérdia, como os dirigentes entendem a problemática dos dejetos suínos, como as preocupações ambientais presentes em documentos administrativos da cooperativa são transformados rotineiramente em referenciais para os processos de comunicação.

O terceiro passo da “triangulação” foi a aplicação de um questionário (disponível na íntegra no Anexo B) com 11 perguntas (nove abertas e duas fechadas) para todos os técnicos que atuam diretamente com os suinocultores associados (11 no total). As perguntas do questionário procuraram descobrir como os técnicos da Copérdia encaram a questão ambiental ligada aos dejetos suínos e como avaliam a comunicação sobre o assunto feita pela cooperativa. As respostas repassadas por eles são importantes porque mostram na prática como a cooperativa realmente trata a questão ambiental, despida das precauções sempre presentes nas afirmações feitas para meios de comunicação ou em documentos oficiais sobre o assunto. Nas respostas dos técnicos está saliente também toda a cultura ambiental desenvolvida, e talvez nem percebida, pela Copérdia ao longo dos anos. Como complemento aos dados recolhidos pela observação participante, entrevistas semi-estruturas e questionários, foi feito ainda um levantamento no Jornal da Copérdia sobre a quantidade e o conteúdo das informações ambientais publicadas no período de janeiro de 2004 a janeiro de 2005.

Uma investigação científica, por mais rigorosa que seja, está sujeita a riscos, o que demanda algum tipo de cautela. No caso de uma pesquisa qualitativa e interpretativa, que exige maior envolvimento do investigador, Orozco Gómez (2000, p. 74-76) chama a atenção para a subjetividade demasiada, que dificilmente acontece quando é possível manter um certo distanciamento do objeto estudado. O envolvimento, entretanto, não chega a ser

comprometedor, desde que ocorra dentro de um nível tolerável. Outro cuidado que se deve ter é com os conceitos e preconceitos do investigador. Muito dificilmente se parte para uma investigação sem algumas idéias pré-concebidas e juízos de valor, que devem ir sendo não necessariamente abandonados, mas revistos ao longo da caminhada. O observador não é neutro, mas pode reunir subsídios suficientes para construir uma idéia a mais aproximada possível da realidade.

A vantagem da “triangulação”, como foi a opção desta pesquisa, é que a coleta de subsídios para a compreensão e interpretação do fenômeno estudado não se esgota em uma única etapa. A cada passo, vão-se descobrindo novos elementos, o que permite também a confirmação ou revisão de algumas idéias que não tenham ficado suficientemente claras ou sido convincentes num primeiro momento. Na medida em que novos dados vão sendo reunidos, melhores condições tem o observador de refletir sobre o objeto.

É importante ressaltar que as pessoas contatadas dentro da Copérdia foram muito receptivas, aprovaram a idéia da investigação e colaboraram, na medida de suas possibilidades, para que o estudo fosse realizado. Claro que, em todas as situações, eram manifestadas curiosidades sobre os resultados da investigação e, ainda que não dito explicitamente, pôde-se perceber certa expectativa em relação a uma impressão positiva sobre o trabalho realizado pelos técnicos. Houve um certo cuidado por parte do pesquisador para não induzir ou influenciar o cenário a ser observado. Assim, a opção do pesquisador, durante o acompanhamento das visitas dos técnicos aos produtores e durante as entrevistas, foi falar somente o necessário e não emitir opiniões a respeito do assunto pesquisado. Procurou-se, dentro do possível, manter-se certo distanciamento, cuidando para que, também, a própria presença do investigador não acarretasse mudança de comportamento ou de procedimento na rotina do processo de comunicação da cooperativa. A sensação, ao final da coleta dos dados,

é de que os procedimentos adotados alcançaram êxito e possibilitaram o registro, sob vários ângulos, do objeto pesquisado, oferecendo resultados bastante satisfatórios.

5 UNIÃO PARA A INTERVENÇÃO SOCIAL: A COPÉRDIA

A Cooperativa de Produção e Consumo Concórdia (Copérdia) é um dos frutos das sementes lançadas pelo segundo ciclo cooperativista em Santa Catarina. O primeiro ciclo iniciou na década de 40 e terminou em 1964, quando muitas cooperativas começaram a ser fechadas pelo governo federal sob o argumento de que não atendiam às regras que regulamentavam o setor. A partir de 1967, com o decreto número 60.597, que regulamentou a lei número 59/1966³⁸ e provocou várias mudanças no setor, o cooperativismo ganhou as feições que possui até hoje no Brasil. O decreto fez com que surgissem nos anos seguintes os órgãos representativos do segmento, como a Organização das Cooperativas Brasileiras (OCB) e as Organizações de Cooperativas Estaduais (OCE's), além de fixar novas diretrizes e incentivos para o funcionamento das cooperativas. A ação governamental abriu o segundo ciclo cooperativista no Estado.

³⁸ A lei número 59/1966 e todas as regulamentações posteriores, como a lei 5.764/71, de 16 de dezembro de 1971, definiram todos os parâmetros do cooperativismo no Brasil. É com base nessas regulamentações que se estabelece no país que uma cooperativa é uma associação de pessoas com interesses comuns, organizada economicamente e de forma democrática, com a participação livre de todos os que têm idênticas necessidades e interesses, com igualdade de deveres e direitos para a execução de quaisquer atividades, operações ou serviços. Mesmo tendo surgido sob o domínio do regime militar, as leis que regulamentam o setor preservam um forte teor democrático. Um dos valores básicos do cooperativismo é a “um cooperado, um voto”. Esse valor é exercido principalmente durante as assembleias gerais, realizadas regularmente e fórum onde qualquer cooperado pode fazer questionamentos, propor ações e ajudar a decidir o futuro da cooperativa. Na prática, a legislação não garante totalmente que as cooperativas não sejam manipuladas por grupos, tanto política como economicamente, mas as regras do setor abrem garantidamente, pelo menos, a expectativa permanente de uma intervenção interna ou externa para o restabelecimento da condução democrática da cooperativa em questão.

De acordo com a Organização das Cooperativas do Estado de Santa Catarina (OCESC), que surgiu em agosto de 1971, o Estado possui hoje 294 cooperativas funcionando regularmente, divididas em 12 segmentos (agropecuário, consumo, crédito, educacional, especial, habitacional, infra-estrutura, mineral, produção, saúde, trabalho e transporte). Os ramos de atuação em que as cooperativas mais se destacam em Santa Catarina, principalmente do ponto de vista econômico, são o agropecuário³⁹ e o de crédito, que por sinal, possuem uma ligação muito forte. As maiores cooperativas de crédito do Estado também são voltadas para o meio rural. É comum a formalização de parcerias entre cooperativas agropecuárias e de crédito para a implantação de projetos de expansão da produção agrícola ou para a liberação anual de empréstimos visando ao custeio da safra de grãos.

A trajetória das cooperativas agropecuárias de Santa Catarina guarda ainda um saliente traço de intervenção na dinâmica social e econômica do Oeste de Santa Catarina. Praticamente todas as cooperativas surgiram baseadas na união de pequenos e médios agricultores que desejavam ter um controle maior sobre o retorno econômico proporcionado pela produção agrícola. Uma amostra evidente desse movimento é a Cooperativa Central Oeste Catarinense (Coopercentral), detentora da marca Aurora, que se transformou numa das cinco maiores agroindústrias do país⁴⁰. A Coopercentral nasceu com uma clara missão.

³⁹ O cooperativismo agropecuário é o que mais se destaca no país, não apenas em Santa Catarina. De acordo com dados disponíveis na página eletrônica da Organização das Cooperativas Brasileiras (OCB), existiam no Brasil 1.519 cooperativas agropecuárias, com 940.482 agricultores associados, no final de 2003. As cooperativas geravam 110.910 empregos diretos, sendo que existiam, respectivamente, 1.051.392 e 5.256.960 pessoas vinculadas diretamente e indiretamente a estas organizações. Ou seja, o número total de cooperados, familiares e agregados inseridos nas cooperativas agropecuárias brasileiras chegavam a 6.308.352 (Disponível na Internet em <<http://www.ocb.org.br/>>. Acessado no dia 28 de abril de 2005).

⁴⁰ De acordo com o ranking da produção de suínos elaborado pela Associação Brasileira das Indústrias Produtoras e Exportadoras de Carne Suína, a Aurora foi a terceira agroindústria em abate no ano de 2004, com participação de 6,65% no mercado da carne suína nacional (2,255 milhões de cabeças abatidas). Ela é composta por 10 cooperativas (10 situadas em Santa Catarina, quatro no Rio Grande do Sul, uma no Paraná e uma no Mato Grosso Sul), possui 10 frigoríficos para a industrialização de carnes de aves e suínos, uma fábrica de sucos concentrados, três fábricas de rações, uma fábrica de produtos lácteos, gera 8.335 empregos diretos e faturou em 2004 R\$ 1,501 bilhão (Disponível na Internet em <http://www.abipecs.com.br/relatorio_2004.pdf>. Acessado no dia 30 de abril de 2005).

Conforme Alba (2002):

A Cooperativa Central Oeste Catarinense foi fundada em 15 de abril de 1969, por oito líderes cooperativistas, liderados por Aury Bodanese, com o objetivo de industrializar e comercializar a produção de suínos dos associados das cooperativas filiadas, tendo em vista que na época havia uma certa quantidade de produção agrícola e poucas opções de comercialização. A Cooperativa possibilitava, desta maneira, que os agricultores tivessem a oportunidade de vendas dos produtos coloniais sem a intermediação do comerciante. (ALBA, 2002, p. 84)

Mesmo que com o passar do tempo as cooperativas tenham aceitado adaptar sua relação econômica com o agricultor associado às condições do mercado mundial de alimentos, não há dúvida que o comprometimento social das agroindústrias ligadas ao segmento continuou muito mais amplo que o das agroindústrias pertencentes a famílias ou grupos de acionistas.

Do ponto de vista cultural, o crescimento das cooperativas agropecuárias representou um grito de liberdade diante do capital agroindustrial formado a partir da década de 40. Propagou-se o discurso de que as cooperativas ofereciam uma rede de proteção aos agricultores, dando a eles assistência técnica, renda e vida em comunidade em troca da produção que saía da propriedade. O modelo cooperativo também permitiu que milhares de produtores sentissem o gosto de serem donos de uma agroindústria, nem que esse sentimento estivesse mais próximo da realidade somente na hora de definir o destino dos lucros durante a assembléia anual de prestação de contas. Não há dúvida de que a proliferação das cooperativas interferiu nas relações econômicas, culturais e sociais no Oeste de Santa Catarina a partir da década de 70.

Uma amostra dessa interferência se encontra no livro de memórias de Aury Bodanese,

falecido em 30 de janeiro de 2003 e que dirigiu a Coopercentral desde a sua fundação até outubro de 2002. Aury é considerado o maior líder do cooperativismo agropecuário de Santa Catarina e o principal responsável pelo surgimento do frigorífico Aurora, que precisou superar muitas resistências para firmar-se no mercado de produtos industrializados de aves e suínos.

As nossas previsões se confirmaram plenamente – afirma convicto Aury Bodanese. Com a excelente matéria-prima que a região já possuía, os negócios foram se ampliando dentro da Cooperativa... Fomos nomeando representantes, vendendo a produção e melhorando-a cada vez mais; passamos a fabricar mais produtos embutidos e salgados... e com isso teve o sucesso que está aí... Não se confirmou o que os grupos Chapecó e Sadia apregoavam... pois eles simplesmente não queriam mais um concorrente na região. (SILVESTRIN, 1999, p. 90)

Mais do que concorrência, as cooperativas unidas em torno da marca Aurora ofereceram um contraponto à relação entre agroindústrias e produtores. Apesar de terem copiado o modelo de produção das agroindústrias já estabelecidas, as cooperativas até hoje não são tão impositivas quanto as demais agroindústrias. Elas aceitam, por exemplo, que produtores de suínos mantenham pequenos rebanhos, opção considerada inviável por todos os grandes frigoríficos que atuam no mercado brasileiro, que têm praticado em escalas cada vez mais largas a concentração dos rebanhos. Permitem ainda que o agricultor escolha com menores restrições o tipo de produção que deseja adotar na propriedade, se apenas criando leitões ou especializando-se na engorda dos animais.

A evolução da Copérdia se assemelha ao da Coopercentral⁴¹.

⁴¹ A Copérdia integra a Coopercentral desde os anos 70. Quase tudo o que os associados da Copérdia produzem, nas áreas de frutas, suinocultura e avicultura, é encaminhado para as unidades industriais da Coopercentral. A relação entre a cooperativa e a central é regulada por contratos que estabelecem mensalmente a quantidade de produtos que a Copérdia deve fornecer. Esses contratos são o cerne da organização empresarial da cooperativa há pelo menos duas décadas. É por isso que a evolução da Copérdia está ligada ao da Coopercentral.

Devido aos problemas que afligiam os agricultores do Município de Concórdia e de outros da Região do Meio Oeste Catarinense, e também aos reflexos, de uma lei governamental sancionada no início do ano de 1967, autorizando a criação de Sindicatos e Cooperativas, integrantes da antiga Associação Rural de Concórdia, em processo de extinção decorrente da referida legislação, em reunião realizada no dia 5 de setembro de 1967 daquele ano, decidiram pela constituição de uma sociedade cooperativa. Da reunião, que se realizou em forma de Assembléia Geral, foi lavrada a ata, onde foi constituída a Cooperativa de Produção e Consumo Concórdia Ltda. (RELATÓRIO 2004, 2005, p. 02)

Passados 37 anos, a Copérdia chegou ao posto de segunda maior cooperativa agropecuária de Santa Catarina. Os negócios nas áreas de suinocultura, insumos agropecuários, supermercado, cereais, bovinocultura de leite, avicultura, fábrica de rações, citricultura, reflorestamento e uva proporcionaram um faturamento de R\$ 233,9 milhões em 2004, crescimento de 5% em relação ao ano anterior. A suinocultura manteve a condição de principal negócio da Copérdia. No ano passado, o faturamento proporcionado pela atividade foi de R\$ 86,7 milhões, R\$ 9,4 milhões a mais que em 2003⁴².

Mais que resultados econômicos, a Copérdia conseguiu com o passar do tempo manter um rol de ações que, direta ou indiretamente, interferiram positivamente no desenvolvimento da região em que está inserida. A cooperativa levou para o meio rural, especialmente a partir do ano 2000, conceitos que eram de propriedade exclusiva do meio urbano. É o caso dos programas Qualidade Total Rural e De Olho na Qualidade Rural, que ensinam técnicas de gerenciamento e organização de espaços e ambientes, inspirados nos preceitos da Qualidade

⁴² Não é só para a Copérdia que a suinocultura é importante. Quase um terço da produção brasileira de suínos é viabilizada pelas cooperativas. De acordo com dados da OCB, o cooperativismo é responsável por 31,52% da carne suína produzida no país.

Total⁴³. Somente no ano passado, os dois programas envolveram 1052 associados da cooperativa.

A cooperativa faz ainda há 15 anos um trabalho de organização das mulheres agricultoras, por meio dos Comitês Femininos. No ano passado, as reuniões dos comitês receberam um público 3 mil mulheres.

Nosso enfoque principal é a saúde preventiva. Contamos com parcerias para atingir nosso objetivo, de atender todos os grupos organizados em comunidades, que hoje somam um número de 82 núcleos. [...] há nove anos realizamos no mês de dezembro a avaliação do ano e neste momento planejamos o ano seguinte, neste dia cumprimos um calendário que possibilita todas as líderes definirem suas atividades. Sendo assim, a programação é definida pela própria líder, aproximando ainda mais a necessidade real da praticada. (RELATÓRIO 2004, 2005, p. 14)

Outra prioridade são os filhos dos associados. A Copérdia iniciou nos últimos anos dois projetos ambiciosos, ambos visando a permanência do jovem no meio rural e um acrescentando ao outro. O Projeto Jovem Copérdia já treinou 1480 filhos de associados em cursos que tratavam sobre gerenciamento da propriedade, funcionamento do mercado agrícola e técnicas de solução de problemas. Faz parte ainda do projeto a visita a famílias em que os pais delegaram o controle da propriedade aos filhos e tornaram-se exemplos de bem sucedidos de sucessão familiar.

⁴³ De acordo com Campos (1992), a Qualidade Total passou a influenciar as empresas brasileiras no início dos anos 90 e trouxe para o país o modelo de gerenciamento aplicado no Japão. A Qualidade Total pode ser definida como um conjunto de atividades, envolvendo toda a empresa, que têm como objetivo assegurar o resultado final do empreendimento. O conjunto de atividades é composto por instrumentos que permitem organizar, medir, padronizar e aplicar métodos de solução de problemas no processo gerenciado, seja ele uma linha de produção ou uma propriedade rural.

Mais abrangente que o Jovem Copérdia, o Projeto Universidade Copérdia (Unicoper) deu um salto na formação oferecida aos jovens ligados à cooperativa. O projeto iniciou em março de 2005 e foi viabilizado em parceria com a Universidade do Contestado (UnC).

O objetivo, num primeiro momento, é capacitar os filhos dos associados no gerenciamento da propriedade rural. Segundo o gerente de Recursos Humanos da Copérdia, Gilson Flores, o projeto surgiu devido à necessidade de manter o jovem no campo. [...] A iniciativa partiu da Copérdia e contou com o apoio da Universidade, que disponibilizar o espaço físico, apoio pedagógico e professores capacitados. (O JORNAL, 2005)

Dentro do projeto, os filhos dos associados participam de um curso dividido em quatro módulos, que envolve aspectos comportamentais, estudos sobre cooperativismo, técnicas gerenciais e aspectos de gestão da propriedade. No final dos 14 meses de aula, os primeiros 50 alunos da Unicoper receberão um certificado. Eles não terão uma profissão específica, entretanto, receberão a preparação necessária, na avaliação da Copérdia e da UnC, para suceder os pais, administrar uma propriedade rural, conhecer as vantagens do cooperativismo e entender como funciona o mercado agrícola.

Na prática, os quatro módulos do primeiro curso da Unicoper vão tentar trazer para dentro da sala de aula a rotina de uma propriedade rural. É consenso entre os técnicos e dirigentes da Copérdia que a falta de compreensão de que uma propriedade rural precisa ser gerida como se fosse uma empresa explica as dificuldades de muitos agricultores obterem sucesso atualmente. A falta de preparo para ver o meio rural como um ambiente gerador de vida social e cultura também ajuda a compreender a dificuldade do jovem em continuar o negócio iniciado pelo pai ou avô. Para o presidente da Copérdia e da Ocesc, Neivor Canton, é responsabilidade do setor cooperativo se preocupar com a educação dos filhos dos atuais sócios.

Somente com gente capaz de entender o cooperativismo, com vontade de permanecer no campo e preparada para administrar uma propriedade rural teremos condições de manter o setor cooperativo em permanente expansão. Se nós não nos preocuparmos com a educação dos filhos dos associados, nenhum outro órgão fará isso. Além do mais, levar a educação para o meio rural também é uma forma de promovermos o desenvolvimento social, um dos principais objetivos de qualquer cooperativo. (CANTON, 2005⁴⁴)

Na área ambiental, a Copérdia, mesmo que de maneira mais tímida, também desenvolve ações não levadas ao meio rural por nenhuma outra instituição. Os projetos Coleta Seletiva do Lixo e Recolhimento de Embalagens de Agrotóxicos cumprem a função de mostrar ao agricultor os benefícios para a qualidade de vida e para natureza proporcionados pelo manejo correto dos resíduos gerados na propriedade. A cooperativa investe ainda na questão dos dejetos suínos, esforço que será descrito e analisado detalhadamente neste capítulo sob a ótica da comunicação.

Mesmo que possa ser criticada em vários aspectos, a Copérdia cumpriu e cumpre um importante papel econômico, social, cultural e político nos 17 municípios em que atua. A cooperativa foi importante fundamentalmente na ocupação de espaços que não seriam preenchidos por outros órgãos e empresas que se relacionam com os produtores rurais. O contraponto às demais agroindústrias, o complemento às atribuições do Estado, a valorização da cultura do meio rural, a promoção da qualidade de vida no campo e a fomentação do desenvolvimento econômico são algumas das contribuições que revelam a relevância da Copérdia para o Alto Uruguai catarinense.

⁴⁴ Depoimento ao autor, 16/02/2005, Concórdia.

5.1 PROCESSOS DE COMUNICAÇÃO NA COPÉRDIA

A comunicação dentro da Copérdia vive uma situação curiosa. Ao mesmo tempo em que a cooperativa a considera fundamental e realmente investe para que ela aconteça fortemente em algumas esferas, não existem diretrizes e estratégias estabelecidas para o seu funcionamento. Os processos de comunicação da Copérdia⁴⁵ atendem às demandas da empresa dentro de uma rotina construída com o passar dos anos ou reagindo às adversidades. Não há uma política de comunicação apoiando a Assessoria de Comunicação ou estratégias de comunicação que ajudem a Gerência Agropecuária a transmitir com maior eficiência as mensagens aos agricultores associados.

Essa constatação não significa que os processos de comunicação da cooperativa não funcionem. Mesmo sem clareza de objetivos ou estratégia de atuação, eles alcançam resultados satisfatórios⁴⁶. Os processos serão identificados neste trabalho de acordo com o

⁴⁵ Apesar da perigosa simplificação que significa reduzir a processos a comunicação praticada por uma empresa, para facilitar a compreensão de como a Copérdia comunica julgou-se apropriado a rotulação do que acontece no cotidiano da cooperativa. A palavra processo deve ser entendida como um ambiente que envolve a troca de informações dentro de rotinas estabelecidas, composto por instrumentos, fluxos, mensagens e influências. É importante ressaltar que este trabalho de pesquisa admite a noção de que os processos de comunicação, mesmo apresentando fluxos mais ou menos rígidos por onde trafegam as mensagens, sempre estão sujeitos a interferências internas e externas, a usos inesperados por parte do receptor e a outros imprevistos. A opção pela palavra processo também vai ao encontro dos conceitos atuais de comunicação empresarial. Bueno (2005) afirma que: “A Comunicação Empresarial deixou de ser um mero conjunto de atividades, desenvolvidas de maneira fragmentada, para constituir-se em um processo integrado que orienta o relacionamento da empresa ou entidade com todos os seus públicos de interesse. [...] Da mesma forma, estimulou as empresas e entidades que a assumiram, no seu sentido moderno, a criar uma autêntica cultura de comunicação e atendimento, com a conseqüente valorização dos públicos internos e a adoção de atributos fundamentais, como o profissionalismo, a ética, a transparência, a agilidade e o exercício pleno da cidadania” (Disponível na Internet em <<http://www.comtexto.com.br/historia.htm>>, acessado em 11 de abril de 2005).

⁴⁶ Essa constatação é da própria direção da cooperativa e da Assessoria de Comunicação. Não há dúvida também que o crescimento alcançado pela Copérdia nos últimos anos também é uma prova de que a cooperativa se comunica com aceitável grau de eficiência. Em relação os principais veículos de comunicação da Copérdia, os programas de rádio e o Jornal Copérdia, nunca foi realizada uma pesquisa de aceitação entre os cooperados. Há apenas um levantamento feito em 2000, durante as assembleias gerais realizadas naquele ano, em que foram ouvidos 478 associados. Dos entrevistados, 93% disseram que ouvem os programas de rádio, especialmente as informações sobre o mercado agrícola e os avisos repassados durante os programas diários. Já 75% dos cooperados ouvidos afirmaram que recebem e lêem o Jornal Copérdia.

público a que se dirigem. Na Copérdia há o processo de comunicação voltado para o público interno, que está dividido em três subprocessos: comunicação para os funcionários; comunicação para os cooperados e comunicação para a assistência técnica. Já o processo de comunicação para o público externo pode ser dividido em comunicação para a venda de produtos e comunicação para o público em geral.

5.1.1 Comunicação para os funcionários

A comunicação para os funcionários é feita por meio de dois instrumentos. O Informativo Cipa⁴⁷ circula mensalmente. Ele tem apenas uma página, em formato de folha de ofício. É elaborado pela Assessoria de Comunicação em colaboração com a Comissão Interna de Prevenção de Acidentes (CIPA). O outro instrumento que também leva informações voltadas para os funcionários é o Jornal Copérdia⁴⁸. Em quase todas as edições do jornal são feitas matérias sobre ou para os funcionários. Não há um espaço determinado para esse tipo de assunto, tanto no que diz respeito ao tamanho quanto à localização numa página.

O conteúdo das mensagens voltadas para os funcionários difere no Informativo CIPA e no Jornal Copérdia. No primeiro, o espaço é ocupado basicamente por informações voltadas para a segurança no trabalho. São trabalhadas ainda informações curtas sobre variedades, como dicas de filmes. No segundo, majoritariamente, as notícias de interesse dos funcionários tratam sobre mudanças nos ambientes de trabalho, perfis de trabalhadores com maior tempo

⁴⁷ O Informativo CIPA circula há um ano entre os funcionários.

⁴⁸ O Jornal Copérdia é o mais antigo jornal de uma cooperativa agropecuária de Santa Catarina. Ele circula entre associados, clientes, fornecedores, outras cooperativas e segmentos de interesse da Copérdia há 18 anos. A tiragem atual é de 85, mil exemplares, menor somente que o número de exemplares do jornal feito pela Cooperalfa, de Chapecó. O formato do jornal é tablóide, com 16 páginas em média, sendo no mínimo quatro coloridas. O jornal é distribuído gratuitamente.

de casa, melhorias em processos de trabalho promovidas pelos próprios funcionários e eventos de integração promovidos pela cooperativa.

O fluxo das informações segue, normalmente, apenas numa direção. Os assuntos voltados para os funcionários são definidos pela direção da cooperativa, chefias e coordenação da CIPA. Há um espaço informal para sugestões por parte dos trabalhadores, que podem sugerir assuntos diretamente à Assessoria de Imprensa ou repassá-los aos chefes imediatos. Não foi possível observar se esse fluxo realizado quase que exclusivamente no sentido direção-trabalhadores gera conflitos ou desconfiança em relação aos instrumentos de comunicação.

As influências ao subprocesso são esporádicas e pouco modificam as mensagens da comunicação feita para os funcionários. O fluxo informal de comunicação, que existe em qualquer empresa, induz em raras ocasiões a pauta dos instrumentos voltados aos funcionários. As influências mais comuns são as externas. Mudanças na legislação trabalhista, exemplos de outras empresas na área da segurança do trabalho e acontecimentos que de alguma forma interferem na rotina da cooperativa pautam os instrumentos que falam aos trabalhadores da cooperativa.

5.1.2 Comunicação para os cooperados

A comunicação para os cooperados é feita com a utilização de vários instrumentos. Ela está presente preponderantemente nos dois informativos de rádio⁴⁹ produzidos pela Assessoria

⁴⁹ O Informativo Copérdia é diário e possui sete minutos de duração. É apresentado nas emissoras AMs de Concórdia e na única emissora AM de Seara. Ele é veiculado no horário do meio-dia. O conteúdo do programa é formado pela situação do mercado agrícola, previsão do tempo, horário para carregamento de suínos para abate, entrega de reprodutores, lista de produtos que os associados colocam à venda e recados diversos. Quase

de Comunicação, no Jornal Copérdia e nas reuniões promovidas no decorrer do ano pelos comitês femininos, comitês de negócios e assembleias gerais. É preciso distingui-la da comunicação para a assistência técnica. Ambas trabalham com o mesmo público, mas possuem relações diferentes com o associado. Enquanto a ênfase da comunicação para os cooperados é social, o objetivo principal da comunicação para a assistência técnica é econômico.

Essa diferença está presente especialmente no conteúdo das mensagens. A comunicação para os cooperados trata sobre educação, saúde, qualidade de vida e outros assuntos que procuram contribuir para o bem-estar das famílias dos agricultores. Não há um espaço reservado nos programas de rádio e jornal para esses assuntos. Geralmente a pauta é orientada pelos eventos relacionados às ações da cooperativa que envolvem os associados. Um exemplo são os resultados das reuniões dos comitês, sempre noticiados nos programas de rádio e jornal.

Como comunicação para o cooperado são enquadradas ainda as notícias que tratam dos atos e decisões do Conselho de Administração da cooperativa. Há um espaço considerável nos programas de rádio e no jornal dedicado à explicação de políticas de administração, novos investimentos e opiniões dos líderes da Copérdia (no levantamento feito sobre as matérias publicadas pelo Jornal da Copérdia entre janeiro de 2004 e janeiro de 2005, as notícias a respeito de atos administrativos e negócios da cooperativa ocuparam 17,41% do espaço total). Outra pauta recorrente voltada para o associado é o trabalho desenvolvido no Congresso Nacional pelo deputado federal Odacir Zonta, do Partido Progressista (PP), ex-presidente da

não são repassadas informações sobre tecnologias de produção no informativo. Aos domingos pela manhã, a partir das 7h, é apresentado nas mesmas emissoras o programa Nossa Terra, Nosso Chão, que tem 30 minutos de duração. O programa, que existe há 38 anos, é composto por entrevistas com os dirigentes e coordenadores de áreas agropecuárias da cooperativa. As entrevistas procuram detalhar decisões administrativas da cooperativa, analisar o mercado agrícola ou persuadir o associado para que adote determinadas tecnologias agrícolas.

Copérdia e um dos líderes da bancada cooperativista no Congresso Nacional.

O fluxo das informações é, como na comunicação para os funcionários, feito em apenas um sentido. Os assuntos voltados para os associados provêm da direção da cooperativa, chefias e líderes das ações sociais. Não é vedada a apresentação de sugestões por parte dos associados, mas essa possibilidade não acontece devido à ausência de uma postura comunicativa que valorize a participação dos cooperados.

As influências ao subprocesso são, igualmente, pouco levadas em consideração na hora de definir as mensagens dirigidas aos associados. Somente recebem atenção maior as notícias do mundo do cooperativismo. Os instrumentos de comunicação do subprocesso noticiam com frequência sobre votações no Congresso Nacional que afetam o setor ou decisões tomadas pelas instituições que congregam as cooperativas (o mesmo levantamento feito sobre o Jornal da Copérdia apontou que 8,23% do espaço total foi preenchido com notícias relativas ao cooperativismo em âmbito estadual e nacional).

5.1.3 Comunicação para a assistência técnica

A comunicação para a assistência técnica é o subprocesso que ocupa boa parte dos veículos de comunicação da cooperativa. É ainda o assunto principal tratado diariamente pelos funcionários que visitam os produtores associados. Os instrumentos de comunicação para a assistência técnica são os programas de rádio (mesmo o programa diário de sete minutos, que se além mais aos recados, leva aos cooperados muitas informações voltadas para a produção agropecuária), o Jornal Copérdia, os extensionistas rurais, as reuniões técnicas e

os eventos para apresentação de novas tecnologias agrícolas⁵⁰. A comunicação para a assistência técnica também é o subprocesso que apresenta um mínimo de diretrizes e estratégias.

Mesmo que não aborde diretamente a comunicação na proposta de assistência que coloca em prática, a Gerência de Produção da cooperativa orienta os extensionistas que o suporte técnico aos agricultores será feito utilizando visitas individuais, reuniões, palestras, seminários, dia-de-campo e atendimento no escritório. Fica explícita a prática de uma comunicação rural nos moldes do Difusionismo, em que o objetivo é fazer todo o possível para que o produtor adote uma certa prática agrícola ou tecnologia elaborada pela indústria montada pelo e para o mercado mundial agrícola.

Dessa forma, o conteúdo das mensagens predominante na comunicação para a assistência técnica é voltado exclusivamente para o incremento da produção. Outro objetivo é convencer o agricultor a tornar-se um empresário rural. Além das informações a respeito de como maximizar os resultados da propriedade, o cooperado é incentivado a prestar atenção nos preços do mercado, a se aperfeiçoar gerencialmente e a adaptar-se aos altos e baixos do mercado mundial de alimentos. Mais adiante, quando for analisada a comunicação voltada para a questão dos dejetos suínos, ficará evidente também em números essa realidade a partir da análise sobre o conteúdo publicado pelo Jornal da Copérdia no decorrer do ano passado.

A exemplo dos dois subprocessos descritos anteriormente, a comunicação para a assistência técnica tem um fluxo com uma mão apenas. As informações fluem da cooperativa

⁵⁰ Em relação a eventos promovidos pela Copérdia como complemento ao trabalho de assistência técnica, o grande investimento nesta área é o Show Tecnológico Rural do Oeste Catarinense (Tecnoeste), que chegou à quarta edição em 2005. O Tecnoeste é uma grande mostra de tecnologias, em todas as áreas de atuação da cooperativa, que atraiu em 2005 73 empresas públicas e privadas e 10.560 produtores rurais visitantes. Durante os três dias do evento são apresentadas novas variedades de sementes, equipamentos e técnicas de manejo. A maior parte do que mostrado no Tecnoeste tem o pequeno produtor como alvo.

para os cooperados e raros são os momentos em que há a chance de um diálogo. Logicamente que a Copérdia possui fóruns para ouvir a opinião dos cooperados. É o caso do Comitê de Negócios, em que as metas de produção e investimentos da cooperativa são discutidos com representantes dos associados. Mas do ponto de vista da comunicação que pratica, a cooperativa reserva apenas para si o papel de emissor.

As influências ao subprocesso são de caráter externo. A comunicação para a assistência técnica é influenciada quando a Copérdia aciona o serviço de um consultor, como ocorreu há três anos, ou quando um dirigente da cooperativa conhece modelos diferentes praticados por outras empresas. Em relação à pauta de assuntos, as contribuições externas mais constantes nascem do mercado agrícola ou de fenômenos climáticos. Uma crise no preço do leite, por exemplo, gerada pelo excesso de oferta do produto, oportuniza a emissão de informações técnicas e econômicas para que o cooperado enfrente o momento difícil da melhor maneira possível. Uma seca ou um período de muita chuva, igualmente, interferem no conteúdo emitido nesse subprocesso.

5.1.4 Comunicação para a venda de produtos

A comunicação para a venda de produtos envolve a Gerência Comercial da cooperativa, a Assessoria de Comunicação e uma agência de publicidade terceirizada. Os instrumentos desse subprocesso são as campanhas de vendas elaboradas para a comercialização dos produtos oferecidos nos supermercados e casas agropecuárias ligadas à cooperativa. Como o subprocesso não é direcionado aos cooperados, não há relevância para este trabalho a descrição do fluxo, conteúdo das mensagens e inferências a que ele está sujeito. Vale apenas o registro de que a Copérdia possui uma comunicação voltada para o

público externo, do qual os cooperados também fazem parte como consumidores que são, com a intenção de viabilizar comercialmente as lojas que mantêm e os produtos que fabrica, como farinhas, rações e embutidos suínos.

5.1.5 Comunicação para o público em geral

A comunicação para o público em geral é feita pela Assessoria de Comunicação e engloba o relacionamento com imprensa. Tem como principal intenção formar a imagem institucional da cooperativa nos municípios em que ela atua, angariando apoio político e aceitação social. Não há um instrumento específico para viabilizar o subprocesso. Devido ao acúmulo de trabalho, a Assessoria de Comunicação raramente produz releases para a imprensa. Quando há o interesse que alguma notícia circule pelos meios de comunicação da região, a veiculação é viabilizada por meio de um contato verbal entre o assessor de comunicação e um dos profissionais que atuam nas emissoras de rádio ou jornais da região. Como a Copérdia investe bastante nos veículos de comunicação, para os padrões regionais, acaba obtendo o espaço que deseja com facilidade nos noticiários.

As mensagens trabalhadas pelo subprocesso envolvem principalmente os eventos, novos investimentos, lançamentos de produtos, resultados econômicos e conquistas obtidas pela cooperativa. Existe também um esforço para fortalecer a imagem dos dirigentes da cooperativa. O fluxo é de duas mãos. Tanto a Assessoria de Comunicação procura a imprensa quanto é procurada para que os dirigentes da Copérdia falem sobre determinado assunto. Como o presidente da Copérdia, Neivor Canton, é também presidente da Organização das Cooperativas do Estado de Santa Catarina, com frequência a assessoria é acionada por órgãos de imprensa de todo o Estado, não apenas os de abrangência regional

Esse fluxo de duas mãos abre a possibilidade para que a pauta que orienta as mensagens do subprocesso seja constantemente dirigida por contribuições externas. Decisões dos governos federal e estadual na área agrícola, volatilidade dos preços agrícolas ou qualquer outro acontecimento que afete de alguma maneira o cooperativismo transformam-se em oportunidades para que os dirigentes da cooperativa dêem suas opiniões nos noticiários de rádios, jornais e televisões. Em algumas situações, a manifestação dos dirigentes é até aguardada pela audiência. Os processos de comunicação da Copérdia estão reunidos na Figura 1. Ela apresenta ainda uma síntese das principais características encontradas nos mesmos.

5.1.6 A cultura que circula pelos processos

Nos processos de comunicação da Copérdia é saliente o desafio que a cooperativa enfrenta cotidianamente em variadas instâncias. Ao mesmo tempo em que precisa se ater a aspectos econômicos, para competir de igual para igual com as demais empresas que disputam o mercado, a Copérdia deve pensar no desenvolvimento social. Nas mensagens que circulam pelos processos desfilam lado a lado idéias como a busca incessante pela competitividade e o desenvolvimento sustentável, a necessidade cada vez maior de fazer do meio rural um espaço mercantil e o reconhecimento de que é urgente ver o campo também como espaço de relações humanas e trocas culturais.

Na maior parte do tempo, a comunicação colocada em prática pela Copérdia ajuda a legitimar a monocultura mental citada por Shiva (2003). A Copérdia comporta-se como as demais agroindústrias quando volta quase toda a sua comunicação em prol da obtenção de resultados econômicos. Mas, do modelo cooperativo brotam os valores que geram as contradições explícitas na comunicação da cooperativa. Uma cooperativa deve buscar sobras

monetárias das suas atividades, porém, não pode ter o econômico como sua única finalidade. Todas as cooperativas assumem que possuem um papel social e educativo a desempenhar nas comunidades em que estão inseridas.

Não se trata somente de retórica. Uma cooperativa está muito mais sujeita a pressões da comunidade de cooperados do que uma empresa comum. É por isso que as cooperativas agem preventivamente e despendem recursos regularmente para mostrar que estão promovendo o desenvolvimento social. Assim, elas propagam também uma cultura que se choca em alguns aspectos com o modelo econômico hegemônico. Tão importante quanto ganhar dinheiro é manter o cooperado no campo com condições de vida cada vez melhores. Tão essencial quanto melhorar os índices de produtividade, é educar o cooperado para que ele se torne um agricultor capaz de entender o mundo em que vive.

Intenções semelhantes também podem ser encontradas em empresas que devem resposta a um dono ou a acionistas. Só que a margem para que o social prevaleça sobre o econômico é bem menor. As questões ambientais exemplificam bem a maior suscetibilidade das cooperativas. Todas as empresas têm olhado com atenção redobrada para o impacto que provocam sobre o meio ambiente. As cooperativas, seguramente, admitem que possuem um compromisso maior, já que o desenvolvimento mais justo é uma das bandeiras do cooperativismo para que a sociedade o veja como a prática social e econômica mais viável.

5.2 DEJETOS SUÍNOS: PRIORIDADE NA COMUNICAÇÃO QUE APARECE POUCO

Para a Copérdia, a preservação do meio ambiente é uma prioridade. A opção está explícita até na missão destinada à assistência técnica, que é promover o desenvolvimento

sustentável dos cooperados através das melhorias dos seus índices técnicos, econômicos, sociais e ambientais, tornando-os competitivos. As instâncias sociais e ambientais encontram-se na mesma ordem de consideração que as técnicas e econômicas. O gerente de Produção Agropecuária da Copérdia, Sandro Treméa, principal executivo da cooperativa na área da produção, resume bem o que pensa a cooperativa acerca da relação com o meio ambiente.

A Copérdia trabalha num contexto em que é preciso produzir com uma visão social, ambiental e econômica. A cooperativa tem um objetivo econômico, mas quer equilibrar o resultado financeiro com o social e o ambiental. (TREMÉA, 2005⁵¹)

As preocupações ambientais da cooperativa são ainda mais enfáticas no negócio suinocultura. A cooperativa assume até um passivo ambiental da atividade, conforme admite o presidente da Copérdia, Neivor Canton:

Por tudo o que se tem discutido em todos os segmentos da cooperativa, nossa visão ambiental é a do cumprimento do que a legislação determina. Admitimos que essa visão é de longa data. Só que ela tem uma origem de pouco mais de uma década. A partir daí, se adotou como uma necessidade nós estarmos atentos às questões ambientais em todos os negócios, especialmente no negócio suinocultura. A Copérdia trabalha há 35 anos com suínos e somente há pouco mais de uma década observa as questões ambientais na hora de incentivar a produção de suínos. (CANTON, 2005⁵²)

O reconhecimento do passivo ambiental da suinocultura pode ser considerado uma mudança, acima de tudo, cultural, que contagia também os cooperados. No momento em que a cooperativa se dispõe a corrigir um problema ambiental gerado por práticas econômicas e

⁵¹ Entrevista ao autor, 16/02/2005, Concórdia.

⁵² Depoimento ao autor, 16/02/2005, Concórdia.

sociais historicamente arraigadas na cultura do Alto Uruguai catarinense, lança as bases para um novo modelo de relação com o meio ambiente. Neivor Canton explica que:

Está muito claro para nós que é de responsabilidade de quem gera o dejetos suíno, principal fonte de poluição da atividade, a aplicação de um tratamento adequado. Ao mesmo tempo, achamos ainda que a sociedade urbana deveria contribuir de alguma forma, já que se beneficia do produto de qualidade gerado no campo. Esse entendimento ainda não está muito claro, já que me parece que o consumidor não se mostra disposto a pagar mais por um produto que proteja o meio ambiente. Por enquanto, está mais fácil mostrar ao produtor de que a não preocupação com o meio ambiente trará prejuízos econômicos do que fazer ele agir por consciência da sua responsabilidade social com o meio ambiente.

Para convencer o produtor sobre a sua responsabilidade ambiental, a Copórdia propôs-se a comunicar mais sobre o impacto dos dejetos suínos sobre a natureza. O vice-presidente da cooperativa, Valdemar Bordignon, revela que uma estratégia de convencimento em especial é utilizada.

O trabalho nessa área é recente, mas agora é constante. Procuramos mostrar das mais diversas formas ao nosso associado a necessidade da preservação ambiental e a maneira correta de tratar os dejetos suínos, seja por meio da equipe técnica ou através dos nossos veículos de comunicação. Procuramos passar a mensagem de qual ambiente o produtor quer deixar para os seus filhos e netos. Essa é uma mensagem que ajuda o produtor a compreender melhor porque ele deve investir no meio ambiente. Ainda existem produtores resistentes, que querem continuar trabalhando da maneira que sempre fizeram, mas demos passos muito importantes na questão ambiental nos últimos anos. (BORDIGNON, 2005⁵³)

A estratégia de mexer com a sensibilidade do produtor em relação ao problema dos dejetos suínos mostra que a cooperativa possui uma compreensão de que a questão ambiental

⁵³ Depoimento ao autor, 16/02/2005, Concórdia.

não pode ser abordada apenas pela sua dimensão tecnológica. É preciso levar aos suinocultores associados as informações que expliquem como deve ser feito o manejo dos dejetos, porém, mais premente do que essa tarefa, é necessário mudar a compreensão a respeito dos resíduos da produção de suínos. Valdemar Bordignon não tem dúvida de que:

O problema dos dejetos suínos, hoje, é mais cultural. Tecnologia, apesar dos custos, existem. Tecnicamente, estão aí as soluções, mas culturalmente há muitas coisas que precisam ser trabalhadas, desmistificadas. Eu acho que as coisas vão mudar. Para essa geração é difícil. Um produtor que era orientado a ter o rio como solução para os dejetos tem dificuldade para entender que ele não pode mais fazer isso. Mas a próxima geração já não terá dificuldade para entender isso.

O presidente da Copórdia, Neivor Canton, tem uma opinião semelhante:

Também acho isso, apesar de que a evolução tecnológica, no meu entender, é tímida na área dos dejetos. Existem soluções, mas o problema, muitas vezes, é o custo, especialmente quando a atividade não está oferecendo muitos resultados. Se falar para o produtor, a lei não exige mais, faça conforme tua consciência, volta tudo atrás.

Se a Copórdia entende que o problema dos dejetos é mais cultural do que tecnológico atualmente, é de se esperar, então, que os processos de comunicação da cooperativa façam chegar até seus públicos de interesse mensagens com valores que possam provocar alterações na cultura regional. Infelizmente, a compreensão que os dirigentes afirmam ter a respeito do problema dos dejetos suínos ainda não se traduz em práticas comunicacionais voltadas para a intervenção na questão ambiental. Sandro Treméa reconhece:

A informação ambiental que levamos até nossos associados ainda não é suficiente. Temos que melhorar. Acredito que temos de superar barreiras culturais e econômicas para fazer com que os dejetos sejam manejados corretamente por todos. O trato correto do dejetos gera mais custo. Na cabeça do produtor, ainda é dinheiro jogado fora o investimento ambiental. Há também o consumidor, que não aceita pagar mais pela carne produzida respeitando o meio ambiente. Não há dúvida que teremos de comunicar melhor para produzirmos mudanças com mais rapidez e eficiência em relação a este problema.

Os depoimentos dos dirigentes dão pistas claras a respeito de como se processa e circula a informação ambiental dentro Copérdia. Para atender aos objetivos deste trabalho de pesquisa, conforme descrito na Introdução, será apresentada nas próximas páginas uma análise do subprocesso comunicação para a assistência técnica, que é o que mantém o contato mais próximo com o cooperado produtor de suínos e tem a responsabilidade de tratar a questão dos dejetos suínos.

É neste subprocesso também que se pode descrever e compreender porque o entendimento que a direção da cooperativa possui do problema dos dejetos suínos não se transforma em práticas comunicativas alinhadas a esta compreensão. Serão analisados dentro do subprocesso a comunicação voltada para o meio ambiente praticada pelos extensionistas e o espaço dedicado pelo Jornal da Copérdia ao tema dejetos suínos. Os extensionistas foram escolhidos para a análise pela importância que possuem dentro do subprocesso. Já o jornal, mesmo tendo um impacto junto ao associado menor que os programas de rádio, foi o selecionado pela disponibilidade de material para análise, já que os programas de rádio não são arquivados. Outra circunstância que justifica a escolha é o fato de que a pauta trabalhada no jornal é praticamente idêntica a dos programas de rádio.

5.2.1 Dificuldade para mudar consciências

O questionário respondido pelos 11 extensionistas responsáveis pelo repasse de informações técnicas sobre suínos aos cooperados da Copérdia revelou pontos interessantes a respeito de como o corpo técnico da cooperativa compreende o problema dos dejetos e quais esforços de comunicação despense para tentar corrigi-lo. As principais conclusões que brotam dos questionários são as seguintes:

a) todos os extensionistas não consideram a poluição provocada pelos dejetos uma consequência normal vinda da produção de suínos, um preço aceitável a ser pago pelo retorno econômico proporcionado pela atividade;

b) para seis dos 11 extensionistas, a questão dos dejetos é mais cultural do que tecnológica. Dois responderam que é cultural e tecnológica e os outros três não apontaram qual dimensão é preponderante.

c) sete dos 11 extensionistas responderam que consideram válida a utilização de conhecimentos criados pelos próprios produtores ou repassados de pai para filho dentro da propriedade na tentativa de solução dos problemas ambientais causados pelos dejetos suínos;

d) 10 dos 11 extensionistas afirmaram que é repassada informação suficiente para fazer com que o produtor maneje corretamente os dejetos suínos e evite problemas ambientais;

e) nove dos 11 extensionistas criticam a forma como os meios de comunicação de massa do Alto Uruguai tratam a questão dos dejetos suínos;

f) o jornal e os programas de rádio da cooperativa também recebem mais críticas que elogios quando abordam os dejetos suínos. Embora os extensionistas digam que os veículos

da Copérdia tratam melhor do assunto do que os meios de comunicação de massa, nas avaliações aparecem críticas como “um pouco deficiente, mas dentro da sua obrigação”, “pouco freqüente, mas bem”, “poderia ser mais aprofundado” e “poderia ser aproveitado mais motivando o produtor a melhorar sua estrutura e aproveitando os dejetos como forma de adubação para suas culturas anuais”;

g) oito extensionistas afirmaram que o repasse de informações ambientais é prioridade dentro do negócio suínos neste momento. Dois disseram que não e um respondeu que é prioridade e também não é;

h) cinco extensionistas afirmaram que a maior barreira encontrada no seu dia-a-dia para fazer com que o produtor realmente aplique as recomendações de manejo e evite que os dejetos suínos provoquem danos ambientais é econômica. Dois afirmaram que a barreira é cultural e dois que a barreira é a própria estrutura de produção montada para a atividade (dois extensionistas não deixaram claro o que consideram uma barreira nas respostas que deram).

i) a estratégia de convencimento mais utilizada pelos extensionistas para fazer com que o produtor altere o manejo dos dejetos é baseada na emoção. Seis dos 11 extensionistas afirmaram que tentam sempre que podem mostrar que o futuro dos seus filhos e netos depende das atitudes que ele toma no presente;

j) os instrumentos preferidos pelos extensionistas para se informar a respeito dos dejetos suínos são a Internet (sete citações), visitas a propriedade ou empresas que possuem tecnologias de tratamento eficientes (sete citações), livros (seis citações), dias de campo (seis citações), folderes (quatro citações), vídeos (quatro citações) e programas de rádio (três citações).

O questionário deixou claro que os extensionistas da Copérdia possuem uma

compreensão multidimensional do problema dos dejetos suínos, apesar das respostas revelarem algumas contradições. Um exemplo de contradição é o fato de que a maior parte dos extensionistas identifica a dimensão cultural como a mais importante para explicar as causas da poluição por dejetos suínos. Já na hora de apontar qual a maior barreira para fazer com que o produtor realmente aplique as recomendações de manejo e evite que os dejetos suínos provoquem danos ambientais, a mais citada é a falta de dinheiro para fazer investimentos em meio ambiente. Se a principal causa do problema é cultural, os extensionistas deveriam entender que os produtores afirmam que não possuem dinheiro para investir na questão dos dejetos porque não admitem gastar qualquer soma em preservação do meio ambiente.

De qualquer forma, fica evidente que os extensionistas não vêem o problema de maneira simplificada, nem tampouco acreditam na salvação única e exclusivamente calcada na tecnologia. Esse entendimento abre a perspectiva para que a comunicação voltada à assistência técnica praticada pela cooperativa vá adiante do simples repasse de informações técnicas. Mas é na hora da prática que até mesmo os extensionistas reconhecem que a comunicação que aborda os dejetos suínos não está no nível da compreensão que a cooperativa possui do problema. Nos veículos de massa, como o rádio e o jornal, o tema recebe pouco espaço. Já à comunicação face a face falta desde preparação até tempo durante as visitas para tratar a questão dos dejetos suínos com maior ênfase.

No acompanhamento a 11 visitas feitas a produtores cooperados, entre os dias 17 e 23 de fevereiro de 2005, foi possível constatar os desafios e angústias com os quais os extensionistas se deparam diariamente na hora de comunicar sobre a questão dos dejetos suínos. Da metade de 2004 até 28 de fevereiro de 2005, por força do Termo de Ajustamento de Condutas da Suinocultura Catarinense, os extensionistas dedicaram maior atenção ao

assunto. Eles foram os responsáveis pela coleta dos dados para a elaboração dos projetos de intervenção em cada uma das propriedades ligadas à Copérdia e que resolveram aderir ao termo. Antes da fase de elaboração dos projetos, a cooperativa entregou uma cópia impressa do termo de ajuste para cada cooperado produtor de suínos e realizou reuniões posteriores para o esclarecimento de dúvidas.

Em todas as visitas acompanhadas, os extensionistas fizeram recomendações relativas à adequação ambiental da propriedade, sobre a disponibilidade de financiamento bancário para viabilizar as melhorias exigidas pelo termo e recordaram os produtores sobre a importância de cumprir a legislação ambiental. O principal desafio de comunicação enfrentado pelos extensionistas foi mostrar aos suinocultores que eles deveriam mudar não apenas porque poderão ser impedidos de produzir se não conseguirem uma licença ambiental. Cada um a sua maneira, os extensionistas repetiram que a preservação dos recursos naturais é uma questão de sobrevivência.

Para levar essa mensagem, não contaram com o apoio de nenhum material de mídia ou com treinamento específico. Esse é o principal ponto de angústia. Os extensionistas convivem com a incerteza a respeito dos efeitos da comunicação que praticam porque gostariam de receber didáticas e recursos que os tornassem comunicadores mais eficientes. Os dois supervisores da área de suínos, responsáveis pelo acompanhamento e treinamento dos extensionistas, reconhecem que a comunicação feita pela equipe técnica tem dificuldades para mudar a consciência do produtor. Edson Reolon afirma:

Teoricamente, nós teríamos que tocar neste ponto. Mas, na média, nós não conseguimos interferir muito forte na questão ambiental. Trabalho específico para que o técnico entenda o lado social, psicológico, ambiental e cultural do produtor não existe dentro da cooperativa. Esse outro entendimento, que não é técnico, o nosso técnico adquire no dia-a-dia, no contato com quem está há

mais tempo na empresa. (REOLON, 2005⁵⁴)

Brás Conte complementa:

Temos que lembrar que todos os segmentos da sociedade não levaram muito a sério a questão ambiental até recentemente. O TAC veio para mudar práticas e consciências. Nós demos uma cópia do termo para cada produtor e fizemos reuniões para dirimir dúvidas que tivessem ficado. Sobre a capacidade de transmissão aos produtores, acredito que a nossa equipe deixou muito claro a necessidade da mudança. Nossa equipe abraçou essa mensagem. Muitas vezes, o que falta, é a capacidade de trabalhar forte com todos os produtores. (CONTE, 2005⁵⁵)

O gerente de Produção Agropecuária da Copérdia, Sandro Treméa, acredita que muitas das dificuldades de comunicação dos extensionistas estão ligadas a uma circunstância em especial.

Uma de nossas deficiências é a rotatividade grande da equipe. Há três anos fizemos um treinamento com um profissional da Epagri voltado para metodologias de difusão de tecnologia e comunicação. Só que mais de 80% da equipe que fez aquele treinamento já saiu.

A rotatividade está ligada à política salarial praticada pela cooperativa. Segundo opinião dos próprios extensionistas, eles ganham abaixo do que as demais agroindústrias pagam, em média, por funções semelhantes. É comum, após o extensionista adquirir certo conhecimento ligado à prática da assistência técnica, transferir-se para outra empresa.

⁵⁴ Depoimento ao autor, 25/02/2005, Concórdia.

⁵⁵ Depoimento ao autor, 25/02/2005, Concórdia.

Soma-se à rotatividade a pouca experiência da equipe e o grande número de produtores sob responsabilidade de cada técnico, na opinião dos próprios extensionistas. Durante as visitas de acompanhamento, todos afirmaram que gostariam de ter menos produtores para atender. Assim, poderiam fazer uma comunicação melhor. De acordo com Brás Conte, para cada extensionista há em torno de 76 produtores de suínos. Dependendo do segmento em que atua, o extensionista pode ter sob a sua responsabilidade de 40 a 120 produtores. Nas metas estabelecidas pela Gerência de Agropecuária, os extensionistas devem visitar cada um dos cooperados da sua área de atuação com um intervalo máximo de 45 dias. Geralmente, as visitas, sempre agendadas, acontecem uma vez por mês.

Para atingir esse nível de atendimento, o extensionista não pode passar muito tempo numa propriedade e nem visitar poucos cooperados num dia só. A média é de duas visitas por manhã ou tarde, mas não é incomum que o extensionista passe por seis propriedades num único dia. Nas 11 visitas acompanhadas, a média de tempo de conversa com o produtor em cada propriedade foi de 53,6 minutos (o tempo total de contato entre extensionistas e produtores foi de 590 minutos; a visita mais longa teve 132 minutos de duração e a mais curta 25 minutos). Não existem dados para comparar o tempo médio das visitas da Copérdia com as demais agroindústrias, porém, não há dúvida de que é difícil praticar uma comunicação que ajude o produtor a ter outra compreensão da questão dos dejetos suínos com um trabalho de 53,6 minutos a cada 30 dias ou mais.

O Quadro 2 resume as características da equipe de extensionistas da Copérdia. No quadro ficam evidentes a alta rotatividade e o grande número de produtores que cada técnico precisa atender mensalmente.

QUADRO 2 – Características da equipe de extensionistas que atendem os produtores de suínos da Copérdia

Características	
Escolaridade	Cinco extensionistas possuem o segundo grau completo. Dois estão cursando cursos superiores. Três possuem terceiro grau completo e um não respondeu à pergunta.
Tempo de empresa	O tempo de empresa é baixo. Cinco extensionistas estão há menos de um ano na cooperativa. Dois possuem menos de três anos de casa e dois estão há cinco anos na Copérdia. Um está há mais de 10 anos e um há mais de 20 anos.
Quantidade de produtores que atende/mês	A média de produtores atendidos por extensionistas é de 76. Mas apenas um atende mais de 100 produtores.
Sexo	Dos 11 extensionistas que atendem os produtores de suínos, 10 são homens e um é mulher.

Fonte: SOUZA, Jean Vilas Boas, 2005

5.2.2 O espaço é do negócio

Na comunicação feita pelos extensionistas, pelo menos durante o período em que foram elaborados os planos de intervenção nas propriedades visando a assinatura do termo de ajustamento de condutas da atividade a questão dos dejetos suínos foi o tema central nos contatos com os produtores rurais. No entanto, no Jornal Copérdia, nem durante esse período o assunto mereceu destaque, apesar da Assessoria de Comunicação considerar, conforme entrevista prestada pelo assessor Herter Antunes, a temática ambiental uma das preocupações centrais da publicação.

Nas 12 edições analisadas pela pesquisa, de janeiro de 2004 a janeiro de 2005, os números evidenciam o pouco espaço que as notícias a respeito do meio ambiente receberam. No período, o jornal publicou 188 páginas, 303 notícias informativas, 122 notas informativas, 23 artigos opinativos e 223 comerciais⁵⁶. Apenas 2,35% das notícias e notas informativas

⁵⁶ Foi considerado neste trabalho de pesquisa como notícia informativa os fatos relatados, sem um caráter de opinião, no Jornal da Copérdia que receberam um espaço maior, com título, presença de foto ou não e texto com três ou mais parágrafos. Já as notas informativas são pequenos textos, também não opinativos, com apenas um parágrafo. Os artigos opinativos são opiniões dadas por dirigentes da cooperativa ou convidados. Os comerciais são espaços comprados por empresas que anunciam no jornal.

tratavam sobre questões ambientais (10 matérias em números absolutos, sendo uma delas uma nota informativa e as outras notícias que ocupavam um ou dois terços da página).

Das 10 notícias que tratavam sobre meio ambiente, cinco faziam referência ao termo de ajustamento de condutas da suinocultura, uma sobre a utilização da água da chuva, uma sobre ações do Programa Nacional de Meio Ambiente em propriedades de suinocultores em Concórdia, uma sobre reciclagem de embalagens de agrotóxicos, uma sobre a correta manipulação do lixo nas propriedades rurais e uma sobre um prêmio concedido a um líder ambiental sobre a sua contribuição para a preservação do meio ambiente. O meio ambiente foi apenas o 12º assunto mais freqüente no Jornal da Copérdia e perdeu até para as notícias sobre a legalização dos transgênicos, que apareceram 14 vezes durante o ano (as notícias sobre transgênicos não foram consideradas de cunho ambiental porque se referiram, basicamente, às discussões no Congresso Nacional sobre a aprovação do projeto que regulamenta a transgenia no Brasil).

O assunto mais freqüente no jornal, do ponto de vista informativo, envolveu a administração e negócios da Copérdia. Nas 12 edições, 74 notícias e notas trataram sobre investimentos, decisões administrativas, lançamento de produtos e outros acontecimentos envolvendo o cotidiano da cooperativa, ou 17,41% do total. O segundo assunto mais freqüente foi o evento Tecnoeste, com 68 registros (16%). Vale ressaltar que os registros se concentraram nas edições de janeiro de 2005 e fevereiro de 2004, que foram quase que totalmente dedicadas ao evento. As notícias relativas ao cooperativismo apareceram 35 vezes no periódico (8,23%), enquanto que as matérias sobre o quadro de cooperados somaram 18 (4,23%), menor que o espaço dedicado aos funcionários, que foram tema de 23 notícias (5,41%).

Chama a atenção também a distribuição das notícias informativas voltadas para o repasse de tecnologias ou informações sobre o mercado agropecuário. Das 91 notícias com

esta abordagem publicadas nas 12 edições, o negócio suínos foi o segundo que menos apareceu. Com 11 notícias, ficou à frente somente do negócio reflorestamento, que teve sete. O negócio cereais foi tema de 33 notícias, o negócio leite apareceu 28 vezes e os negócios citros e uva apareceram 12 vezes. O mais curioso é que o negócio suínos faturou bem mais em 2004 que os demais. Foram R\$ 86,7 milhões movimentados, diante de R\$ 26,3 milhões do negócio leite e R\$ 14,6 milhões do negócio cereais.

Diante de tais dados, é previsível esperar que a questão dos dejetos suínos tenha sido pouco trabalhada no Jornal Copérdia. Das 10 matérias que tratam sobre meio ambiente, seis citam de alguma forma o tema. Mas nenhuma é dedicada exclusivamente ao assunto e nem apresenta o problema de maneira mais profunda. A mensagem mais trabalhada é de que os produtores precisam se adequar ao termo de ajustamento de condutas para evitar prejuízos econômicos. É o que mostra a notícia publicada em março de 2004, intitulada “Termo de ajuste será exigência do mercado”:

Manter os produtores na atividade, proteger o meio ambiente e garantir o mercado interno e externo, evitando prejuízos à economia da região. Estes são os objetivos do Termo de Ajustamento de Condutas, que está sendo firmado entre o Ministério Público estadual, agroindústrias, cooperativas e entidades relacionadas à suinocultura. [...] O TAC vale apenas para as propriedades que já tenham a produção de suínos instalada. Quem quiser produzir a partir da assinatura do Termo, deverá construir as instalações de acordo com a lei, o Código Florestal e o Código Sanitário. Treméa lembra que o mercado ainda não exige a licença ambiental da Fatma, porém, muito em breve essa será uma exigência que poderá definir quem fica e quem abandona o negócio. “Sob o ponto de vista da lei estamos atrasados e sob o do mercado temos que fazer isso urgente sob pena de perder espaço para exportar”, alerta. (JORNAL COPÉRDIA, 2004, ed. 126, p. 7)

Em setembro de 2004, o termo de ajustamento de condutas voltou a ser tema de uma matéria publicada no Jornal da Copérdia, com o título “TAC exige corrida contra o tempo”. Dessa vez, a intenção da notícia era alertar os cooperados de que eles deveriam ter pronto o

projeto de adequação ambiental da propriedade até 28 de fevereiro, prazo limite para aderir ao termo.

O Termo de Ajuste de Conduta – TAC está em vigor desde que foi assinado em 28 de junho desse ano. Os produtores de suínos da região da Amauc que estão ilegais segundo o TAC, terão um prazo até 28 de fevereiro de 2005 para legalizarem sua atividade. Preocupada com a situação, a Copérdia está mobilizando seus técnicos e mais duas empresas terceirizadas, para que no decorrer desse prazo, sejam feitos encontros com todos os suinocultores integrados, a fim de explicar para eles como funcionará o termo de ajustes e adequá-los para continuarem na atividade. (JORNAL COPÉRDIA, 2004, ed. 132, p. 2)

Um pouco adiante, a matéria até amplia a sua abrangência e mostra, nas opiniões do coordenador do Suiooper da Copérdia, Clênio Arboit, e do gerente de Produção Agropecuária, Sandro Treméa, porque os produtores não podem ficar fora do termo de ajuste.

O produtor terá que estar em harmonia com a natureza, preservando rios, matas nativas e dando tratamento adequado aos dejetos. “Cerca de 87% dos suinocultores da Amauc estão fora da lei, e o TAC é uma condição que eles tem para poder trabalhar”, expõe Arboit. [...] “O momento é bom para a suinocultura. Então, eu penso que o produtor poderia usar uma parte dos lucros para se ajustar, pois sem a documento legal, os produtores não poderão trabalhar com a atividade”, conclui Treméa. (JORNAL COPÉRDIA, 2004, ed. 132, p. 2)

As poucas notícias sobre a questão dos dejetos suínos não registram ainda a palavra dos produtores. Nenhuma delas apresenta o que pensam os cooperados sobre o termo de ajuste, a suinocultura ou qualquer outra opinião sobre o negócio suínos. As únicas fontes são os dirigentes da cooperativa ou de responsáveis por setores. Até mesmo os extensionistas raramente são citados.

Se o espaço para o meio ambiente foi pequeno no conteúdo informativo do jornal, praticamente inexistiu no conteúdo opinativo. Dos 23 textos opinativos publicados pelo jornal, apenas um tratou sobre a questão dos dejetos suínos. E, mesmo assim, muito rapidamente. O artigo “O suíno não é o porco”, de autoria de Vitório M. Varaschin (o jornal

não informa qual a profissão ou cargo do autor, mas deduz-se, pela argumentação do texto, que ele seja um técnico de agroindústria) reflete mais sobre o presente e o futuro imediato da atividade. A questão ambiental só aparece no momento em que o artigo cita uma das transformações que a suinocultura deve sofrer.

O terceiro tipo de transformação necessária é o sistema de produção de suínos nas unidades de produção. Este sistema deve ser visto de forma abrangente desde a produção ou compra de insumos até a saída dos suínos, passando pelos processos de tratamento e destino dos dejetos e pelo relacionamento com os órgãos ambientais. O suíno não é o porco! O suíno é um animal alimentado com produtos saudáveis, que vive em instalações adequadas e com assistência à saúde de dar inveja a qualquer ser humano. O suíno é um animal que produz uma das mais saudáveis carnes consumidas pelas pessoas. (VARASCHIN, 2004, p. 10)

As constatações obtidas a partir da análise do Jornal Copérdia não tem a pretensão de afirmar se ele está certo ou errado. Apenas busca trazer à tona o fato de que também nos veículos de comunicação da cooperativa, que tem como alvo principal o cooperado, o espaço dedicado aos temas ambientais e à questão dos dejetos suínos em especial ficam bem aquém da importância que a instituição afirma dar para o meio ambiente. Tal situação pode ser vista como um paradoxo, na medida em que uma linha de pensamento defendida nas entrevistas concedidas pelos dirigentes não se verifica nas práticas comunicativas da cooperativa.

5.3 COMUNICAÇÃO AMBIENTAL NA COPÉRDIA

Certamente, a Copérdia comunica menos do que quer e poderia a respeito do meio ambiente. São visíveis nos dirigentes da cooperativa e no corpo de extensionistas sinais de que a Copérdia possui uma compreensão do mundo agropecuário mais ampla do que a da

maioria das empresas do setor, uma compreensão em que o raciocínio mercantil precisa conviver com outras instâncias, entre elas a ambiental. É possível até dizer que a bactéria verde já ingressou no organismo da cooperativa, entretanto ainda não começou a se alastrar por meio dos processos de comunicação.

Essa dificuldade de alastramento da bactéria verde deve-se a dois fatores em especial. O primeiro deles é a ausência de estratégias de comunicação, que definam como os temas prioritários para a cooperativa realmente se transformarão em conteúdo dos processos de comunicação. O segundo está ligado ao próprio momento histórico da Copérdia. Faz pouco tempo que a cooperativa se deu conta das suas obrigações com o meio ambiente e as sementes que brotaram dessa autocrítica ainda estão sem seu estágio inicial de desenvolvimento.

Menos mal que as lacunas existentes na comunicação ambiental da Copérdia vêm sendo atropeladas pelos movimentos da sociedade, principalmente no que diz respeito à questão dos dejetos suínos. O termo de ajustamento da suinocultura fez com que, pelo menos do ponto de vista da assistência técnica prestada diariamente pela cooperativa, o assunto fosse na prática uma prioridade a partir de junho de 2004. Falar durante tanto tempo sobre um assunto afeta qualquer processo. Daqui por diante, os extensionistas da Copérdia falarão muito mais sobre dejetos suínos do que antes, seja para acompanhar a aplicação do termo de ajuste ou porque todos descobriram que a suinocultura não pode mais continuar dissociada da preservação ambiental.

Olhando para o mundo da suinocultura no Alto Uruguai de Santa Catarina, não se pode dizer que a comunicação feita pela Copérdia difere muito da praticada pelas demais empresas do setor suinícola. Nem se pode deixar de ver que é em organizações como ela que reside a esperança da implementação de uma comunicação que também abra espaço para um entendimento complexo da atividade, que explique a necessidade de conciliar a necessidade de resultados econômicos com a sustentabilidade ambiental, a produtividade com a qualidade

de vida, o progresso humano com a sobrevivência das demais espécies animais e vegetais. Os sinais, mesmo que tênues, emitidos pela Copéridia permitem sonhar com a troca da cultura da poluição pela cultura da preservação no mundo da suinocultura.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os dados levantados por esta pesquisa demonstram que a comunicação praticada dentro do mundo da suinocultura ainda não trabalha a favor da construção de um novo modelo de relação dos seres humanos com o seu meio ambiente. Em sua grande maioria, as mensagens que circulam por entre a atividade suinícola têm uma feição unicamente técnica, voltada para a melhoria da produtividade com o intuito de garantir maiores resultados financeiros. Mesmo quando trata de questões ambientais, como é o caso dos dejetos suínos, a comunicação praticada no mundo da suinocultura geralmente alerta, majoritariamente, que o tratamento inadequado dos recursos naturais pode se transformar em perda de espaço no mercado internacional, em queda na rentabilidade do produtor ou em possibilidade de migração da produção para áreas em que a ameaça do excesso de dejetos ainda é menor.

Nos processos de comunicação da Copórdia, que podem ser vistos como um retrato muito aproximado do que ocorre no restante do mundo da suinocultura, é visível que a cultura que legitimou a atividade até hoje desenvolveu ligações maiores com a poluição do que com a preservação. Quase todas as vozes que falam para os segmentos ligados à suinocultura esquecem-se de questionar o modelo econômico e social montado em torno da atividade que a deixou à beira da falência ambiental, especialmente em regiões como o Alto Uruguai catarinense. E, quando questionam, levantam seus argumentos normalmente em ambientes

fechados ou em documentos de circulação restrita. Todos apontam a poluição gerada pela atividade, mas poucos realmente mostram da onde ela vem.

Apesar da aura pessimista que essas constatações suscitam, é preciso reconhecer que a maior parte dos males ambientais provocados pela suinocultura não foram arquitetados por uma mente maligna ou por uma instituição voltada para a destruição da natureza. Eles aconteceram em meio a um período histórico-cultural-econômico-social das regiões em que a atividade mais se desenvolveu, que colocaram sempre num trono o crescimento econômico e todo e qualquer recurso natural como algo supérfluo. É por ter sido fruto de uma combinação de circunstâncias que o organismo vinculado à suinocultura não está tendo como evitar que bactérias verdes o invadam, abrindo perspectivas para que novas idéias circulem e se transformem em princípios para a correção de posturas ambientais tradicionalmente equivocadas.

No Alto Uruguai de Santa Catarina, já circulam bactérias verdes pelo organismo da suinocultura. As notícias sobre o termo de ajustamento de condutas da atividade, as informações levadas pelos técnicos vinculados a programas ambientais, como o Programa Nacional de Meio Ambiente, ou a cobertura que os meios de comunicação de massa dão à questão dos dejetos suínos cumprem o papel de lentamente mostrar as mudanças pelas quais a atividade, inadiavelmente, deve passar. Na prática, os avanços são tênues ainda. Porém, as novas mensagens ambientais que entraram em circulação pelos processos de comunicação da Copérdia e em outras instâncias possuem um grande potencial para o surgimento de uma nova postura por parte dos envolvidos com a suinocultura diante do meio ambiente.

Querendo ou não, todas os atores da atividade estão sendo impelidos a falar mais sobre o manejo dos dejetos suínos, principal ameaça ambiental oriunda da suinocultura. A discussão é mais forte no Alto Uruguai catarinense, mas atinge, pelo fato da região ser um centro de excelência na produção de suínos, o restante do País. Essa comunicação quase que forçada

sobre o assunto, em virtude dos vários movimentos de discussão e ação sobre o tema, levam empresas, produtores e órgãos públicos a assumirem publicamente responsabilidades que até hoje relutaram. Por mais de 30 anos, os dejetos suínos parecerem não ser de ninguém. Hoje, já se admite que a responsabilidade pelo dejetos é de quem o gera, ou seja, os produtores e as indústrias. São expostos ainda argumentos que defendem a divisão de responsabilidade com quem se beneficia pelos impostos gerados pela atividade, ou seja, os governos municipal, estadual e federal, e com os consumidores beneficiados nas últimas décadas pela oferta de produtos cada vez mais saudáveis e baratos, sem cobrar o custo ambiental desse progresso.

Algumas instituições mostram-se ainda mais suscetíveis à pressão exercida pelas novas idéias ambientais que circulam pelo organismo da suinocultura. É o caso da Copérdia. Como cooperativa, ela se sente na obrigação de ser um agente de intervenção social, promovendo o desenvolvimento sócio e econômico dos seus cooperados e dos municípios em que atua. Essa concepção faz com que, pelo menos do ponto de vista do discurso e de políticas gerenciais, a Copérdia assuma um compromisso quase exemplar com a preservação ambiental na área da suinocultura. A dificuldade surge na hora de trazer para os processos de comunicação e para suas demais ações práticas o entendimento que a cooperativa tem da questão ambiental, especialmente do problema dos dejetos suínos. Conforme mostram os dados levantados por este trabalho de pesquisa, a falta de estratégias e de verdadeira priorização fazem com que a comunicação da Copérdia não seja, por enquanto, o instrumento de intervenção no problema ambiental gerado pelos dejetos suínos que poderia ser.

Há, no entanto, motivos para imaginar que da cooperativa pode brotar um movimento comunicacional que ajude a construir uma nova relação entre a suinocultura e o meio ambiente. A Copérdia quer melhorar a comunicação ambiental que pratica e admite que possui um papel de intervenção social a desempenhar dentro da suinocultura. Ao mesmo tempo, como empresa, a cooperativa já se deu conta de que pode agregar importantes valores

a sua imagem quando luta pelo meio ambiente. Não só a Copérdia, mas também o restante do cooperativismo brasileiro agropecuário, entende que uma das formas de mostrar à sociedade que o trabalho cooperativo é um modelo melhor que capitalista passa pela aplicação de sistemas de produção de alimentos que alcancem resultados econômicos sem abrir mão do equilíbrio ambiental.

Outra conclusão a que este trabalho chega é que o cenário descrito a partir da análise dos processos de comunicação da Copérdia serve como base para empresas ligadas à suinocultura que desejam melhorar a comunicação que fazem voltada ao meio ambiente. Ele situa-se como um diagnóstico que explica, mesmo que parcialmente, porque o tema dejetos suínos é comentado por tantas vezes nos últimos 20 anos e a poluição ligada à atividade suinícola só fez aumentar. Os dados da pesquisa demonstram que a consciência dos líderes do segmento a respeito do meio ambiente precisa se transformar em efetiva comunicação para a proteção ambiental, ocupando parte do espaço dominado tão somente pela transmissão de informações direcionadas ao aumento dos resultados econômicos da produção de suínos.

Há ainda mais uma constatação importante. Nos últimos dois anos, os atores da suinocultura no Alto Uruguai catarinense foram compelidos, principalmente pelo termo de ajustamento de condutas, a discutir publicamente o impacto ambiental da atividade. O debate sobre a questão dos dejetos suínos que rompeu os gabinetes e laboratórios de pesquisa foi decisivo para que, pela primeira vez, fossem aplicadas medidas que realmente podem controlar os estragos ambientais provocados pela atividade. Os episódios recentes confirmaram a contribuição que a comunicação deve necessariamente dar na solução dos problemas ambientais. Tornar públicas as diversas posições sobre o assunto, informar, esclarecer, contextualizar são ações imprescindíveis para que um segmento assimile suas responsabilidades e admita que precisa adotar outra convivência com os recursos naturais.

Assim como a suinocultura no Alto Uruguai catarinense, a humanidade encontrou os

limites dos recursos naturais. Muitos avisos cotidianos mostram que é urgente a opção por um novo paradigma que inclua o meio ambiente na vida das pessoas. O modelo de sociedade baseado no consumo crescente de bens duráveis dá provas diárias de que é incompatível com a preservação da teia da vida, sem a qual a vida no planeta certamente sucumbirá, levando junto consigo a espécie humana. A monocultura mental citada por Shiva (2003) precisa ser rompida. A reconversão do olhar sugerida por Araújo (2000) deve se estabelecer. O futuro depende da assinatura de um novo contrato, de acordo com Serres (1990). Algumas das mensagens que circulam pelos sistemas de comunicação mundiais e locais permitem alimentar a esperança de que está em curso a formação de um homem dotado de uma cultura que equipare a importância entre o usufruir e o preservar.

REFERÊNCIAS

ALBA, Rosa Salete. **Espaço urbano: os agentes da produção em Chapecó**. Chapecó: Argos, 2002.

ALMEIDA, Jalcione. **Da ideologia do progresso à idéia de desenvolvimento (rural) sustentável**. In: ALMEIDA, Jalcione; NAVARRO, Zander (orgs.). *Reconstruindo a agricultura – idéias e ideais na perspectiva do desenvolvimento rural sustentável*. Porto Alegre: Editora UFRGS, 1997.

AMORIM, José Salomão. **A questão ambiental e os desafios à comunicação**. In: DENCKER, Ada de Freitas Maneti Dencker; KUNSCH, Margarida Krohling (orgs.). *Comunicação e Meio Ambiente*. São Paulo: INTERCOM, 1996.

A NOTÍCIA. **Acordo diminuirá poluição gerada por dejetos suínos**. Joinville, 29/06/2004.

_____. **Informe Suíno**. Joinville, 18/03/2005.

_____. **Números não são definitivos**. Joinville, 07/03/2005.

_____. **Suplemento AN Verde – A vida sobre montanhas de lixo**. Joinville, 29/11/2002.

_____. **Suplemento AN Verde – Riquezas submersas nos oceanos**. Joinville, 22/03/2004.

ANUÁRIO CATARINENSE DE SUINOCULTURA 2002. Concórdia (SC). Associação Catarinense dos Criadores de Suínos, 2002, 111p.

ARAÚJO, Inesita. **A reconversão do olhar. Comunicação e Meio Ambiente**. São Leopoldo : UNISINOS, 2000. 280p.

ARRUDA, José Jobson de Andrade. **Revolução Industrial e Capitalismo**. São Paulo: Brasiliense. 1984. 100p.

AUTOMÓVEIS particulares na mira da campanha da ONU. Disponível em

<http://www.lead.org.br/article/view/1593>. Acesso em: 10.fev.2005.

BENEFÍCIOS. Disponível em <http://www.cnpsa.embrapa.br/pnma/beneficios.html>. Acesso em: 27. mar. 2005.

BOSÍSIO, LODY, SOUZA et al. **Culinária suína no Brasil: qualidade do campo à mesa**. Rio de Janeiro : Editora Senac Nacional, 2003.

BROWN, Lester R. **Eco-Economia: construindo uma economia para a terra**. Salvador: UMA, 2003.

BUENO, Wilson da Costa. **Comunicação Empresarial – História**. Disponível em <http://www.comtexto.com.br/historia.htm>. Acesso em: 11.abr.2005.

CAMPOS, Vicente Falconi. TQC: Controle de Qualidade Total (no estilo japonês). Belo Horizonte: Fundação Christiano Ottoni, Escola de Engenharia da UFMG, 1992.

CANCLINI, Nestor Garcia. **Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1999.

CAPRA, Fritjof. **As conexões ocultas: ciência para uma vida sustentável**. São Paulo : Cultrix, 2002.

CASTELLS, Manuel. **O poder da identidade**. São Paul : Paz e Terra, 1999, V.2.

CERIMÔNIA com balanço final e manifestações culturais encerra quinta edição. Disponível em: http://www.forumsocialmundial.org.br/noticias_01.php?cd_news=1705&cd_language=1. Acesso em: 20.fev.2005.

COPÉRDIA. Relatório 2004. Concórdia, 2005.

COSTA, Luciana. **Sob o fogo cruzado das campanhas: ambientalismo, comunicação e agricultura familiar na prevenção ao fogo acidental na Amazônia**. Belém: UFPA/NAEA, 2004. (tese de doutorado)

DERRAMAMENTO de dejetos suínos em Fazendinha, 2005. Disponível em <http://www.radiorural.com.br/2004/interno.php?p=11&G2C=4.6968460083008E-05>. Acesso em: 25.mar.2005.

EFEITO estufa desequilibra a vida no planeta. Disponível em www.comciencia.br/reportagens/clima/clima08.htm. Acesso em: 26.jan.2005.

ENTENDA como funciona a bolsa. Disponível em http://educaterra.terra.com.br/almanaque/bolsa_chicago2.htm. Acesso em: 19.mar.2005.

ENTENDA os principais pontos do Protocolo de Kyoto. Disponível em <http://www1.folha.uol.com.br/folha/bbc/ult272u39714.shtml>. Acesso em: 20.fev.2005.

ERBOLATO, Mário. **Técnicas de codificação em Jornalismo: redação, captação e edição no jornal diário**. São Paulo: Ática, 1991.

EXPORTAÇÕES Brasileiras de Carne Suína. Disponível em www.abipecs.com.br/mercadoexterno.php. Acesso em: 25.jan.2005.

FONSECA JR, Wilson Corrêa da. **Comunicação rural: em busca de novos paradigmas**. In: CALLOU, Ângelo Brás Fernandes (org.). Comunicação rural, tecnologia e desenvolvimento local. São Paulo : INTERCOM; Recife: Bagaço, 2002.

FONTENELLE, André; COUTINHO, Leonardo. O estado geral da Terra. In: **Revista Veja**. São Paulo, 22/12/2004.

FRACASSO ameaça realização de outras cúpulas ambientais. Disponível em <http://www1.folha.uol.com.br/folha/especial/2002/riomais10/>. Acesso em: 31.jan.2005.

FERREIRA, Antenor Geraldo Zanetti. **Concórdia: o rastro de sua história**. Concórdia: Fundação Municipal de Cultura, 1992.

GIRARDI, Ilza Maria Tourinho. **O jornalismo ambiental nos cursos de jornalismo**. In: Nilda Jacks... et al. Tendências na comunicação: 4. Porto Alegre: L&PM, 2001.

GOULARTI FILHO, Alcides. Formação econômica de Santa Catarina. Florianópolis: Cidade Futura, 2002.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 2002.

HANNIGAN, John. **Sociologia ambiental: a formação de uma perspectiva social**. Lisboa: Instituto Piaget, 1995.

HIRSCH, Diana. **Coisas de mulher**. Disponível em <http://www.coisasdemulher.com.br/abiolinks.htm>. Acesso em: 10.fev.2005.

IANNI, Otavio. **Teorias da Globalização**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1995.

JANKOWSKY, N. W.; WESTER, Fred. A tradição qualitativa na investigação sobre as ciências sociais: contribuições à investigação sobre a comunicação de massas. In: JENSEN, K. B.; JANKOWSKY, N. W. Metodologias qualitativas de investigação na comunicação de massas. Barcelona: Bosch Casa Editorial, 1993.

JOHNSON, Richard e outros. **O que é, afinal, Estudos Culturais?** Belo Horizonte: Autêntica, 1999.

JORNAL COPÉRDIA. **Termo de ajuste será exigência do mercado**. Concórdia, ed. 126, 01/2004.

_____. **TAC exige corrida conta o tempo**. Concórdia, ed. 132, 07/2004.

JORNAL em papel reciclado de A Notícia é premiado. Disponível em <http://an.uol.com.br/anverde/iso/0iso.htm>. Acesso em: 08.fev.2005.

KUNSCH, Margarida Krohling. **A comunicação para o desenvolvimento sustentável na sociedade globalizada**. In: DENCKER, Ada de Freitas Maneti Dencker; KUNSCH, Margarida Krohling, (orgs). Comunicação e Meio Ambiente. São Paulo: INTERCOM,

1996.

KYOTO prevê reduzir o CO² mediante projetos ambientais em países emergentes. Disponível em <http://www1.folha.uol.com.br/folha/ciencia/ult306u12932.shtml>. Acesso em: 16.fev.2005.

LEFF, Enrique. **Saber ambiental: sustentabilidade, racionalidade, complexidade, poder**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2001.

MARCHESAN, Jairo. A questão ambiental na produção agrícola: um estudo sócio-histórico-cultural no município de Concórdia (SC). Ijuí: Ed. Unijuí, 2003.

MARTÍN-BARBERO, Jesus. **Globalização comunicacional e transformação cultural**. In: MORAES, D. (org.). Por uma outra comunicação. Mídia, mundialização cultural e poder. Rio de Janeiro: Record, 2003.

MINISTÉRIO DE ESTADO DA AGRICULTURA E DO ABASTECIMENTO. Portaria nº 505, de 22 de março de 1999.

MORIN, Edgar. **O método 5: a humanidade da humanidade**. Porto Alegre: Sulina, 2002.

_____. **Introdução ao pensamento complexo**. 4 ed. Lisboa : Instituto Piaget, 2003.

O JORNAL. **Lançamento da Unicoper**. Concórdia, 26/02/2005.

O RESPEITO ao meio ambiente na ordem do dia. Disponível em <http://an.uol.com.br/anverde/iso/0iso.htm>. Acesso em: 09.fev.2005.

OROZCO GOMEZ, Guillermo. **A investigação em comunicação a partir da perspectiva qualitativa**. Guadalajara : Instituto Mexicano para o Desenvolvimento Comunitário, 2000.

PERDOMO, Carlos; LIMA, Gustavo; NONES, Kátia. **Produção de suínos e meio ambiente**. In: 9º Seminário Nacional de Desenvolvimento da Suinocultura, 2001, Gramado, RS. Anais. Concórdia (SC) : EMBRAPA Suínos e Aves, 2001, p. 8-24.

PRESERVAÇÃO do meio ambiente. Disponível em www2.petrobras.com.br/portal/meioambiente.html. Acesso em: 05.set.2004.

PROJETOS. Disponível em http://www.fatma.sc.gov.br/projetos/convenio_microbaciasII.htm. Acesso em: 27. mar. 2005.

QUÉAU, F. **Cibercultura e info-ética**. In: MORIN, E. A religação dos saberes: o desafio do século XXI. Rio de Janeiro: Bertrand do Brasil, 2001.

RAYMUNDO, Gisele Pontarolli. **Alimentos transgênicos: nova tecnologia ou mais um risco para sua saúde?** Disponível em http://www.aprendebrasil.com.br/falecom/nutricionista_artigo054.asp. Acesso em: 21.nov.2004.

RELATÓRIOS estatísticos do cooperativismo. Disponível em <http://www.ocb.org.br>. Acesso em: 21. nov. 2004.

REVOLUÇÃO Industrial. Disponível em www.culturabrasil.pro.br/revolucaoindustrial.htm. Acesso em: 28.abr.2005.

SANTOS FILHO, Jonas Irineu, CHIUCHETTA, Oldemir; TALAMINI, Dirceu Talamini. **A suinocultura na virada do milênio.** Disponível em <http://www.cnpsa.embrapa.br/?/artigos/2000/artigo-2000-n040.html;ano=2000>. Acesso em: 25. mar. 2005.

SANTOS, Maria Salett Tauk. **Comunicação rural e mercado de trabalho na era tecnológica: o desenvolvimento local está na pauta.** In: CALLOU, Ângelo Brás Fernandes (org.). Comunicação rural, tecnologia e desenvolvimento local. São Paulo: INTERCOM; Recife : Bagaço, 2002. 257 p.

SERRES, Michel. **O contrato natural.** Lisboa: Instituto Piaget, 1990.

SHIVA, Vandana. **Monoculturas da mente: perspectivas da biodiversidade e da biotecnologia.** São Paulo: Gaia, 2003. 240 p.

SILVESTRIN, Alvirio. Bodanese, a geração de um pioneiro. Chapecó: Mércur, 1999.

SORHUET, Hernan Luis Gelos. **O mediador social deste século.** Tópicos em Educação Ambiental SEMANARP-UNAM, México, número 9, volume 3, dezembro de 2001.

SOUZA, Ana Paula de Oliveira; ALCÂNTARA, Rosane L. Chicarelli. **Produtos Orgânicos: Um Estudo Exploratório Sobre as Possibilidades do Brasil no Mercado Internacional.** Disponível em <http://www.planetaorganico.com.br/trabAnaPaula.htm>. Acesso em: 19.mar.2005.

TABELAS de produção de Carnes ICEPA. Disponível em <http://www.icepa.com.br>. Acesso em: 25.mar.2005.

TARGINO, Maria das Graças; BARROS, Antônio Teixeira de. **A informação ambiental no jornalismo piauiense.** In: DENCKER, Ada de Freitas Maneti Dencker, KUNSCH; Margarida Krohling (orgs). Comunicação e Meio Ambiente. São Paulo: INTERCOM, 1996. 218p.

THOMÉ, Nilson. **Sangue Suor e Lágrima no Chão do Contestado.** Caçador: Ineon, 1992.

THOMPSON, John B. **Ideologia e cultura moderna: teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa.** 6 ed. Petrópolis, (RJ) : Vozes, 2002.

_____. **A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia.** Petrópolis, (RJ) : Vozes, 1998.

TOKARSKI, Fernando. Cronografia do Contestado – Apontamentos históricos da região do Contestado e do Sul do Paraná. Florianópolis: Ioesc, 2002.

VARASCHIN, Vitório M. O suíno não é o porco. In: **Jornal Copérdia.** Concórdia, ed. 130, 07/2004.

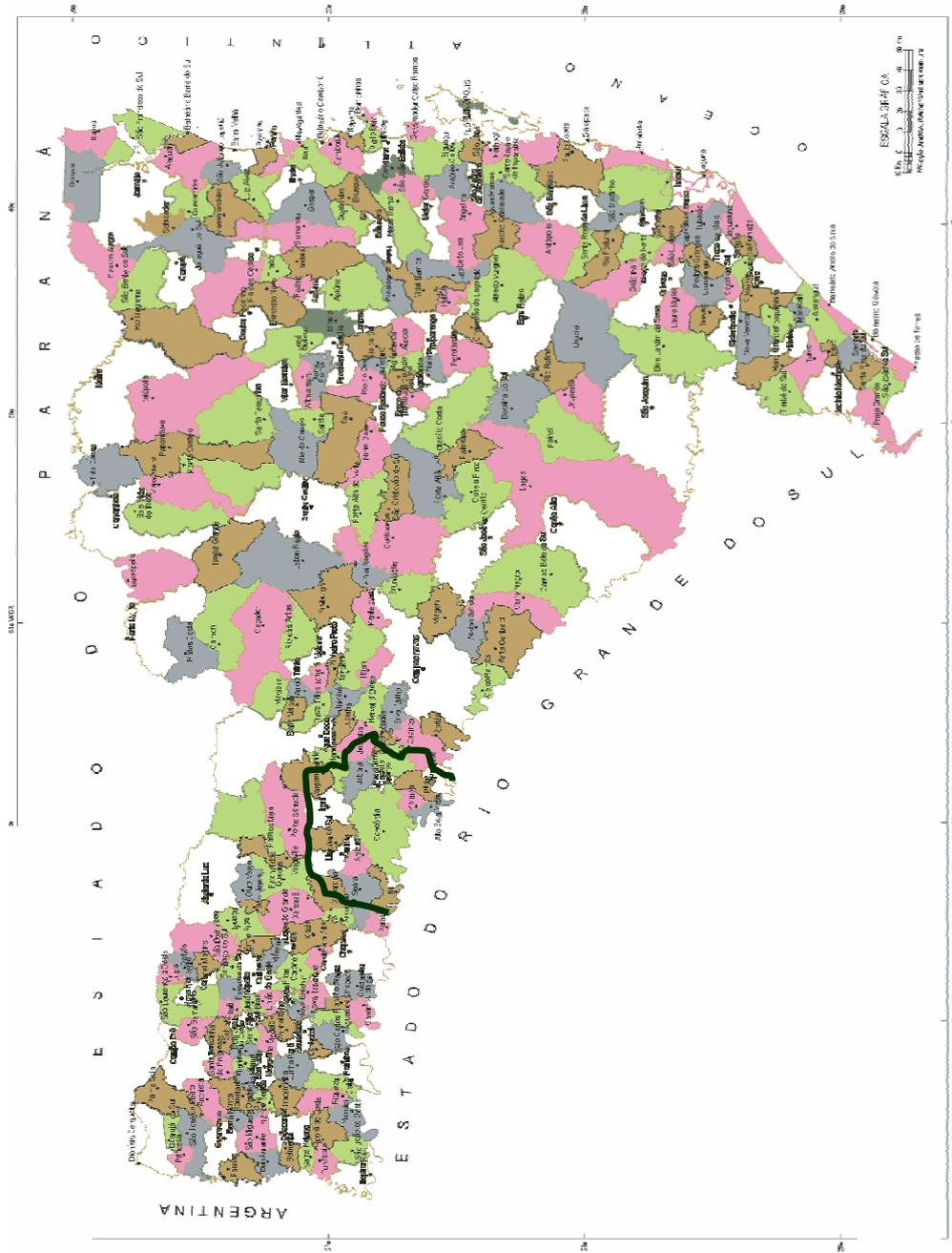
_____. O suíno não é o porco. In: **Jornal Copérdia**. Concórdia, ed. 130, 07/2004.

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

WEBSTER, F. **Theoris of information society**. Londres: Routledge, 1995.

ANEXOS

ANEXO A: Mapa de Santa Catarina, com a região do Alto Uruguai em destaque



ANEXO B: Questionário aplicado aos extensionistas da Copérdia**DADOS DE IDENTIFICAÇÃO DO EXTENSIONISTA:**

1. SEXO: () F () M

2. ESCOLARIDADE: _____

3. TEMPO DE EMPRESA: _____

4. QUANTIDADE DE PRODUTORES QUE ATENDE: _____

1 - O que lhe vem à cabeça quando ouve as palavras “dejetos suínos”?

2 - Você considera a poluição por dejetos uma consequência normal da produção de suínos?

() Sim

() Não

Por quê? _____

3 - Analise a forma como os meios de comunicação de massa (rádios, jornais, emissoras de televisão) que atuam no Alto Uruguai abordam a questão dos dejetos suínos?

4 - Analise a forma como os veículos de comunicação de massa da Copérdia (programa de rádio e jornal) abordam a questão dos dejetos suínos?

5 - Você vê na questão dos dejetos suínos alguma dimensão cultural ou trata-se apenas de um problema tecnológico da suinocultura?

6 - Você considera pertinente a utilização de conhecimentos criados pelos próprios produtores ou repassados de pai para filho dentro da propriedade na tentativa de solução dos problemas ambientais causados pelos dejetos suínos?

Sim

Não

Por quê?

7 – Na sua opinião, o repasse de informações ambientais é uma prioridade dentro da comunicação praticada pela Copérdia?

Sim

Não

Por quê?

8 - No seu entender, é repassada informação suficiente para fazer com que o produtor maneje corretamente os dejetos suínos e evite problemas ambientais?

Sim

Não

9 - Explique qual a maior barreira que você encontra no seu dia-a-dia para fazer com que o produtor realmente aplique as recomendações de manejo e evite que os dejetos suínos provoquem danos ambientais?

10 – Qual a estratégia que você usa na hora de repassar informações ambientais e um produtor (contato face a face)?

--

11 - Qual dos formatos abaixo relacionados mais lhe convém para receber informações sobre a questão dos dejetos suínos, com o intuito de repassá-la posteriormente aos produtores?

- Livros
- Internet
- Vídeos técnicos
- Programas de televisão
- Programas de rádio
- Revistas
- Folderes
- Dias de campo
- Visitas técnicas
- Outras fontes (especificar)

ANEXO C – Processos de comunicação na Copédia

