

O Código Florestal e a Cobertura da Mídia: uma Análise do Discurso¹

Gustavo Porpino²
Aline Bastos³

Fundação Getúlio Vargas (São Paulo – SP) e Embrapa (Brasília – DF)

RESUMO

O trabalho apresenta uma análise crítica do discurso das principais agências de notícias brasileiras (Brasil, Estado e O Globo), assim como da BBC Brasil e Thomson Reuters, sobre um dos temas públicos mais polêmicos dos últimos tempos no Brasil: o Código Florestal. Esse tema de relevância econômica e social mobilizou ONGs, entidades da sociedade civil e partidos políticos durante o período de votação do projeto no Senado e Câmara dos Deputados, que culminou com o veto parcial da presidente da República, Dilma Rousseff. A análise revela que o noticiário se ocupou, em sua maior parte, em mostrar os conflitos políticos na base governista, dividida entre “ruralistas” e “ambientalistas”, adjetivos utilizados para classificar quem defendia a flexibilização do código atual ou o aumento da proteção ao meio ambiente. Evidencia-se também o predomínio do discurso ambiental e a diferença do enquadramento entre a Agência Brasil e as agências privadas.

PALAVRAS-CHAVE

Análise de discurso; mídia; agências de notícias; código florestal.

INTRODUÇÃO

O presente estudo está baseado na análise crítica do discurso. O pressuposto teórico do trabalho é de que a realidade social é construída e, nesse processo de construção, o discurso desempenha papel central. Tal perspectiva rejeita a noção realista de que a linguagem é simplesmente um meio neutro de refletir ou descrever fatos (Gill, 2000). Para o construcionismo social, o discurso é um procedimento de representação (Potter, 1996), capaz de fortalecer ou enfraquecer a verdade, sendo, dessa forma, permeado de ideologias e valores.

As categorias de valores com as quais classificamos os eventos, notadamente o Código Florestal, objeto desse estudo, são partes do processo social construído, dinâmica e

¹ Trabalho apresentado no GP Comunicação, Ciência, Meio ambiente e Sociedade. XIII Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Manaus, AM. 2013.

² Jornalista, mestre em administração pela UFRN e doutorando em marketing pela EAESP-FGV. Analista de comunicação da Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária-Embrapa, e-mail: gustavo.porpino@embrapa.br

³ Jornalista e relações públicas, mestre em comunicação e cultura pela ECO-UFRJ. Analista de comunicação da Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária-Embrapa, e-mail: aline.bastos@embrapa.br

dialeticamente (Njaine & Minayo, 2002). A mídia, por sua vez, desempenha o papel de construir significado, sendo tanto um reflexo quanto uma influenciadora da opinião pública (Gamson & Modigliani, 1989).

A relação dialética entre o consumo de textos jornalísticos e as práticas sociais, conforme enfatiza Richardson (2007, p. 45), tem importância central em estudos da análise do discurso da mídia. O público leitor decodifica os significados dos textos utilizando seu conhecimento e crenças do mundo, e os textos moldam via transformação ou reprodução os mesmos conhecimentos e crenças.

O presente artigo, uma proposta de análise do discurso da cobertura midiática sobre o Código Florestal, a partir das matérias publicadas pelas principais agências de notícias brasileiras (Brasil, Estado e O Globo), assim como pela Thomson Reuters e BBC Brasil, durante um dos momentos mais críticos de toda a discussão pública em torno desse tema: o veto presidencial.

O estudo da abordagem da mídia sobre o Código Florestal se justifica em função da magnitude das discussões em torno da ocupação do uso do solo no Brasil, tema de relevância econômica e social que mobilizou ONGs, entidades civis e partidos políticos durante o período de votação do projeto no Senado e Câmara dos Deputados.

Para ilustrar o quanto a mídia tem dado espaço para o tema, e atestar a pertinência do objeto de pesquisa, constatou-se por meio de sistema *online* de clipagem de notícias nacional que, no período de 01/12/2011 a 30/07/2012, foram publicadas 6543 matérias sobre o assunto, sendo 5983 reportagens e as demais artigos, editoriais ou notas em colunas.

Pela impossibilidade de executar uma análise crítica do discurso em tamanho volume de notícias, optou-se pela análise do conteúdo informativo das agências de notícias. Para facilitar a codificação, assim como identificar palavras mais citadas no noticiário, utilizou-se o software HyperRESEARCH.

O CÓDIGO FLORESTAL

O novo Código Florestal (Lei 12.651 de 25/05/2012) determina, entre outras regulamentações, a obrigação de se manter uma parcela da vegetação nativa no interior das propriedades rurais, as chamadas áreas de preservação permanente (APPs) e define as áreas de reserva legal na Amazônia Legal (Florestas – 80%; Cerrado – 35% e Campos gerais – 20%) e demais áreas (20%).

O primeiro Código Florestal brasileiro foi elaborado em 1934, época da expansão cafeeira no sudeste, e obrigava os fazendeiros a manterem 25% da área de seus imóveis rurais com cobertura florestal para produção de lenha. Posteriormente, passou por reformas em 1965 e 2000.

A polêmica em torno do novo Código ampliou-se quando o projeto, aprovado em dezembro de 2011 pelo Senado Federal, retornou à Câmara dos Deputados. Pela nova proposta, salgados e apicuns, áreas de solos salinos adjacentes aos manguezais, não seriam considerados áreas de preservação permanente; produtores rurais que desmataram áreas de preservação permanente até a data de 22 de julho de 2008 ficariam desobrigados de pagar multa e de recompor a vegetação nativa; reflorestar a margem de rios com mais de dez metros de largura deixaria de ser exigência, entre outras alterações (Senado Federal, 2012).

Entre as modificações do projeto enviado ao Senado Federal pela Câmara dos Deputados e os vetos da presidenta Dilma Rousseff, em maio de 2012, o Código Florestal continuou ocupando amplo espaço na mídia. A campanha a favor dos vetos (Figura 1), patrocinada por ONGs como a World Wide Fund for Nature - WWF, ganhou adesão de celebridades como a modelo Gisele Bündchen e a atriz Camila Pitanga, e a mídia, de forma geral, mostrou-se favorável ao anseio da população por vetos ao Código.

Figura 1. Campanha pelo veto ao Código Florestal, na Esplanada dos Ministérios, em Brasília. Foto: Thiago Teixeira (Agência Estado).



Em contrapartida, o deputado Paulo Piau (PMDG-MG), relator da matéria na Câmara dos Deputados, parece estar defendendo os “ruralistas”. Depois de analisar o texto vindo do Senado, Piau alterou diversos tópicos, entre eles, o que determinava uma extensão da área de preservação permanente a ser recomposta por quem realizou desmatamentos em encostas e beiras de rios. O lobby ruralista tem força. Na sua campanha eleitoral, o deputado contou com colaboração de empresários do agronegócio para se eleger. O valor ultrapassa R\$ 990 mil - o que corresponde a 41,7% dos R\$ 2.380.528 que declarou ter recebido em doações, segundo dados constantes no site do Tribunal Superior Eleitoral e repercutidos pelo Correio

Braziliense em 23/04/2012. Outros deputados, da chamada “bancada ruralista”, também receberam generosas contribuições do agronegócio para suas campanhas eleitorais.

Após as votações na Câmara e no Senado, a lei foi encaminhada para a Presidência da República para sanção ou veto, às vésperas da Conferência das Nações Unidas para o Desenvolvimento Sustentável - Rio +20. A presidente Dilma Rousseff analisou os 84 artigos do Código Florestal e decidiu realizar 12 vetos e 32 modificações, das quais 14 recuperam o texto do Senado, 5 correspondem a dispositivos novos e 13 são ajustes ou adequações de conteúdo. O texto, aprovado pela Câmara no fim de abril, deixou de fora pontos que haviam sido negociados pelo governo durante a tramitação no Senado. Contudo, os vetos presidenciais ainda poderiam ser derrubados pelo Congresso Nacional, desde que tenham o apoio da maioria absoluta das duas Casas – Senado e Câmara – em votação secreta.

A principal modificação feita no texto é a mudança nas regras para recomposição de áreas de Preservação Permanente (APPs) de margens de rios. Com a alteração anunciada, os produtores rurais terão que recompor entre 5 e 100 metros de vegetação nativa das APPs nas margens dos rios, dependendo do tamanho da propriedade e da largura dos rios que cortam os imóveis rurais. E não vai haver anistia.

Contrariados, os ruralistas apresentaram cerca de 50 emendas à Medida Provisória 571/2012, que trata dos trechos vetados do Código Florestal e entraram com um mandado de segurança no Supremo Tribunal Federal contra a MP. A disputa continua e não há previsão de acabar.

A ANÁLISE DO DISCURSO

Analisar discursos tem proximidade com a semiótica e a análise estruturalista. Conforme destaca Gill (2000), nessa vertente, o sentido de um termo provém não de alguma estrutura inerente da relação entre significante e significado, mas do sistema de oposições em que ele está inserido. A tradição semiótica social ou crítica é utilizada nos estudos de mídia e enfatiza como formas linguísticas específicas impactam na compreensão de acontecimentos. O discurso emerge das situações de interação social e está presente tanto na linguagem verbal quanto na não verbal (Lynch, 2007). “O discurso é linguagem como prática social determinada por estruturas sociais” (Iñiguez, 2004, p. 150). Para o autor, a legitimidade da análise de discurso se origina da visão da linguagem mais como uma forma de construção, que como uma descrição de nós mesmos e de nosso mundo.

O caráter transdisciplinar é ressaltado por Iñiguez (2004) e van Dijk (1988), para quem o foco original na linguística e gramática ampliou-se até abranger as ciências sociais. Desse modo, se o interesse inicial era mais por textos escritos, a disciplina evoluiu e passou a contemplar até falas informais em situações sociais diversas.

Os estudos da mídia, então, passaram a fazer parte do escopo da análise do discurso, notadamente, quando há um enfoque mais crítico. Fairclough (2001) propõe a divisão das abordagens de análise do discurso em críticas e não-críticas. Dentre as abordagens críticas, Fairclough (2001) destaca a linguística crítica de Fowler et al. (1979) e a escola francesa desenvolvida com base na teoria de ideologia de Althusser por Pêcheux (1982).

O propósito da linguística crítica, que influencia o presente estudo, é a interpretação crítica de textos. Busca-se, segundo Fowler et al. (1979), recuperar os sentidos sociais expressos no discurso pela análise das estruturas linguísticas à luz dos contextos discursivo (produção, distribuição e consumo do texto) e social mais amplo.

Fairclough (2001) e Rojo (2004) citam três dimensões, indissociáveis, da análise crítica do discurso: as práticas textual, discursiva e social. A dimensão social será mais enfatizada no presente estudo.

Pela abordagem crítica, o discurso é permeado pelas relações de poder e ideologias, sendo ainda um construtor de identidades sociais (Fairclough, 2001). A análise crítica tem sido empregada para analisar como a mídia molda a opinião pública sobre questões polêmicas e controversas como a energia nuclear (Gamson & Modigliani, 1989), discursos sobre imigração produzidos na Espanha (Rojo, 2004), assim como para identificar de quais formas os jornais retratam a população idosa e como a temática do envelhecimento é construída (Fealy et al., 2012).

Nota-se, portanto, uma relação da análise crítica do discurso com o desejo de intervir na ordem social (Rojo, 2004), seja dando voz a minorias ou questionando o que o *mainstream* considera como ponto comum. Cria-se, por meio da análise crítica, a oportunidade de surgimento de representações alternativas dos acontecimentos.

Sobre as relações de poder, Richardson (2007, p.45) cita o poder das práticas sociais na produção do discurso; dos textos para moldar os entendimentos; dos leitores para resistir a tal manejo; e das pessoas em reproduzir ou transformar a sociedade.

A análise crítica do discurso, segundo Richardson (2007), relaciona a análise linguística com a análise social. Dessa forma, assim como defende Lynch (2007), deve haver a descrição densa do discurso, condicionada pela reflexividade da linguagem. Quer

dizer, o comportamento do sujeito e o contexto devem ser levados em conta para a interpretação e construção de sentido. Sentido e relevância da ação discursiva são localmente contingentes, condicionados pelo que veio antes e pelo que vem a seguir.

Dessa forma, a análise do discurso não está fundamentada na linguística, embora faça uso dela. É ir mais a fundo, levando em consideração as condições de produção do discurso, a ideologia do sujeito, o contexto histórico, o repertório cultural, a audiência e o plano simbólico não presente nas regras linguísticas (Lynch, 2007).

Segundo Gill (2000), a análise de discurso caminha entre o texto e o contexto. É uma interpretação, fundamentada em uma argumentação detalhada e uma atenção cuidadosa ao material que está sendo estudado. O analista do discurso também está produzindo uma versão, quer dizer, a fala dos analistas também é construída, circunstanciada e orientada à ação.

Sobre essa construção de uma versão, Powers (2001, p. 65) salienta que “a análise de discurso não pretende revelar a verdade absoluta. Situações mudam, discursos mudam, ocorrem mudanças de relações de poder, e outras análises discursivas são publicadas. [...] A análise do discurso é escrita para se tornar reescrita”.

O DISCURSO DA MÍDIA

O discurso da mídia pode ser entendido como um sistema por meio do qual as organizações midiáticas organizam e selecionam as possíveis afirmações sobre o tópico central da matéria jornalística (Richardson, 2007). A produção da notícia, por estar inserida nesse sistema de seleção de informações mais relevantes em torno de um acontecimento, é a versão de um fato. Como destaca Wolf (2001), os valores/notícia são definidos com base na noticiabilidade. Dessa forma, os critérios de relevância adotados omitem algumas informações e ressaltam outras.

O discurso que emerge do noticiário final é permeado por fatos antecedentes, pela ideologia e crenças de quem redige, ou mesmo por “interesses e necessidades dos órgãos informativos” (Wolf, 2001, p. 193). O contexto da época é outro fator relevante. Discussões em torno da preservação de matas ciliares, por exemplo, não configuravam notícia na década de 1930, quando da aprovação do primeiro Código Florestal brasileiro. Deve-se, portanto, ser ressaltado o caráter dinâmico dos valores/notícia. “Mudam no tempo [...] e não permanecem sempre os mesmos” (Wolf, 2001, p. 198).

Kalyango (2011) estudou, por meio da análise crítica do discurso, a ação de *gatekeepers* (controlador do fluxo de informações) na cobertura jornalística da África. Para o autor, membros de elite de organizações midiáticas continuam utilizando estratégias discursivas para estabelecer suas próprias agendas.

Sobre a teoria do agendamento (*agenda-setting*), resultados de estudos recentes sugerem que os jornalistas mantêm a supremacia no controle do que é discutido pela sociedade (Stromer-Galley & Bryant, 2011). O pressuposto do agendamento é de que a compreensão que as pessoas têm da realidade social, assim como a ênfase dada a determinados temas nas discussões do cotidiano, é fornecida pelos veículos de comunicação de maior audiência (Wolf, 2001).

Embora em um mundo tomado por redes virtuais, com forte atuação de seus atores, seja mais difícil um determinado discurso se impor sem ser questionado, como defende tal visão da mídia como dominadora, as novas mídias (Twitter, Facebook etc.) pode dar capacidade dos atores de construir contrapontos para as grandes discussões levantadas pela imprensa tradicional, entendida aqui como marcas surgidas na era do papel, como os grandes conglomerados de mídia nacionais e internacionais.

De qualquer forma, mesmo em meio a ação dos indivíduos como produtores de informação, tanto nas mídias sociais quanto por meio da interatividade possibilitada por portais da internet, a chamada grande imprensa permanece sendo “o principal dispositivo discursivo por meio do qual é construída uma versão para a história do presente” (Gregolin, 2007, p. 16).

Gutmann (2006) e Scheufele (1999) defendem, no entanto, que a audiência está mais esclarecida, e se antes era vista como mera receptora de um conteúdo manipulável, passou a ser considerada ativa no processo de comunicação. Os receptores da informação passaram a ter “o poder de recolocar uma versão da realidade construída de acordo com sua bagagem cognitiva” (Gutmann, 2006, p. 29).

Outra característica da formação do discurso da mídia é o enquadramento que se dá ao que é publicado. Quer dizer, além de passar por filtros de informação, a notícia possui um viés, que não deve ser entendido como distorção de informações. A mídia constrói quadros de referência, utilizados pelos leitores para interpretar e discutir os eventos e temas da agenda pública (Gutmann, 2006). É por meio do enquadramento que é dada ênfase a certas informações, ou ainda selecionada a qual personagem da notícia será dada voz no noticiário. Gregolin (2007, p. 16) vai além e afirma que os textos da mídia não oferecem a

realidade, “mas uma construção que permite ao leitor produzir formas simbólicas de representação da sua relação com a realidade concreta”.

O enquadramento é inerente ao processo de construção da notícia. Quer dizer, não configura um ato tendencioso ou opinativo, que pode estar direcionado a defender uma posição (Gamson & Modigliani, 1989). Até mesmo os verbos escolhidos para os títulos, as fotografias que ilustram o acontecimento, e a ordem das informações no texto possuem capacidade de ajudar a moldar a opinião formada a respeito do que está sendo transmitido.

O VETO PRESIDENCIAL AO CÓDIGO FLORESTAL NA MÍDIA

No estudo aqui proposto serão analisados os conteúdos online das três principais agências de notícias brasileiras (Agência Brasil, Agência Estado e Agência O Globo), sendo uma pertencente ao Governo e as outras duas são dois dos maiores conglomerados de mídia brasileiros. Também são incluídas na análise reportagens da Thompson Reuters e BBC Brasil, reproduzidas pelas principais veículos de comunicação do país.

Na definição do *corpus* da pesquisa, procurou-se respeitar a diversidade geográfica. Por isso, foram escolhidas a Agência Brasil, que se localiza na capital federal (Brasília – DF); a Agência Estado, no principal centro financeiro nacional (São Paulo – SP); e a Agência O Globo, na terceira cidade mais importante do Brasil em termos político-econômicos (Rio de Janeiro – RJ). Dessa forma, conseguimos cobrir os produtores de notícias do eixo nacional Rio – São Paulo – Brasília, assim como duas das maiores produtoras de conteúdo jornalístico do mundo.

Quadro 1. Palavras mais recorrentes no noticiário

Expressão	Quantidade de citações
Ambientalistas	27
Ruralistas	19
Rios	16
Agricultura	13
Preservação	12
Ambiente	12
Produtores	10
Greenpeace	10
Recuperação de áreas	9
APPs	7
WWF	7
Desmatamento	5

Fonte: matérias jornalísticas do dia 25/05/12. Dados gerados pelo HyperRESEARCH™.

As duas instituições mais citadas no noticiário foram o Greenpeace e a WWF, conforme Quadro 1. A contagem das palavras mais citadas auxilia a ter uma ideia macro do enquadramento, e como observado no Quadro, aponta para o predomínio do viés ambiental na grande imprensa. Percebe-se ainda a ausência no noticiário de instituições de ensino e pesquisa, que poderiam ter sido ouvidas para construir argumentos com embasamento científico.

A análise se dará nas notícias publicadas no portal *online* dessas agências de notícias em um dos períodos mais críticos e aguardados nas discussões sobre o Código Florestal: o veto presidencial. No dia 25 de maio de 2012, a presidente Dilma Rousseff vetou parcialmente o Código Florestal, contrariando as manifestações públicas, inclusive com artistas brasileiros renomados, que pediam veto total; e dos ruralistas, que almejavam aprovação integral da matéria. Nessa ocasião, da lei que contém 84 artigos foram vetados 12 artigos e introduzidas 32 modificações.

O primeiro a dar a notícia mais aguardada pela opinião pública foi o portal o Globo às 14h48, com a seguinte chamada: “Governo anuncia 12 vetos ao texto do Código Florestal - Medida Provisória fará 32 modificações no documento aprovado pela Câmara dos Deputados”. Um minuto depois, já se podia conferir no portal do Estadão: “Dilma veta 12 pontos e faz 32 modificações no Código Florestal”. Dez minutos depois, já a Agência Brasil segue o título da Agência Estado e divulga “Dilma decide vetar 12 itens e 32 mudanças no Código Florestal Brasileiro”. As matérias foram publicadas durante uma coletiva de imprensa, que contou com a participação dos ministros Izabella Teixeira (Meio Ambiente), Pepe Vargas (Desenvolvimento Agrário), Mendes Ribeiro (Agricultura) e Luís Inácio Adams (Advocacia Geral da União). Todas essas primeiras matérias trouxeram essencialmente o fato, os dados, as informações mais objetivas sobre a questão.

Logo em seguida, a Agência Brasil destaca, em outra matéria, a participação dos ministros: “Ministros anunciam vetos e modificações ao texto do Código Florestal Brasileiro”. A ministra do Meio Ambiente, Izabella Teixeira, por ser a principal porta-voz do assunto, ganha evidência nas fotos das agências O Globo e, aparece ao lado do advogado- geral da União, Luís Inácio Adams, na matéria do Estadão; contudo, é apenas a Agência Brasil que faz matéria e mostra foto com todos os ministros presentes.

Nota-se que as imagens utilizadas pela Agência Brasil (Figuras 2 e 3) para ilustrar as matérias remetem a uma posição da ministra como uma pessoa conciliadora ou autoridade com capacidade de determinar o que deve ser feito.

Figura 2: Ministra explica vetos (Agência Brasil)



Figura 3: Ministros anunciam vetos (Agência Brasil)



Por outro lado, as agências de notícia privadas optaram por imagens com um mesmo gesto da ministra, que pode levar a significação com conotação mais negativa. Na Figura 4, o enquadramento fechado com as duas mãos da ministra fazendo o gesto que pode ser interpretado como “nota zero”, parece deixar subentendido que o veículo desaprova a atuação governamental no caso.

Figura 4: Ministra anuncia vetos (Agência O Globo)



Figura 5: Ministros explicam vetos (Agência Estado)



Da mesma forma, a Figura 5, embora mais sutilmente, apresenta a ministra fazendo o mesmo gesto com o polegar e o dedo indicador. A bandeira brasileira ao fundo valoriza a imagem, como se o Brasil estivesse imerso no debate.

Em síntese, a análise das imagens apresenta uma disparidade no enquadramento das agências privadas e da Agência Brasil. Enquanto Estadão e O Globo parecem querer deixar o governo numa posição desconfortável, apresentando a ministra em gestos que remetem ao sarcasmo, a agência governamental tenta projetar uma imagem do governo como condutor da discussão (Figura 2) ou conciliador (Figura 3).

Em sua fala, a ministra afirmou que entre as premissas do Governo estão a preservação das florestas e dos biomas brasileiros e a produção agrícola sustentável. Uma das medidas foi

a proposição de um tratamento diferente à agricultura familiar. Os pequenos produtores terão de reflorestar uma área desmatada menor do que os grandes. Essa tática pareceu, de fato, agradar pequenos agricultores, como aponta a matéria da Agência Brasil sob o título: “Contag apoia regra da ‘escadinha’, que manda reflorestar margens de rio de acordo com tamanho da propriedade”. A fonte da matéria foi Alberto Broch, presidente da Confederação Nacional dos Trabalhadores na Agricultura (Contag), que concordou que era preciso criar uma regra mais branda para a agricultura familiar. Nenhuma outra agência explorou essa questão.

Já em relação aos ambientalistas, houve uma divergência clara entre a cobertura jornalística da agência do Governo e a Agência Estado, defensora dos ruralistas². A matéria das 18h21 da Agência Brasil traz como título: “Greenpeace critica falta de detalhamento dos vetos ao Código Florestal”. A notícia revela que ONG ambientalista lamenta não ter tido acesso aos exatos pontos que sofreram veto e/ou modificações. A Agência Estado apresenta versão mais polarizada para essa questão na matéria: “Greenpeace critica vetos do governo ao Código Florestal”, e afirma no texto que Márcio Astrini, coordenador do Greenpeace, “repudiou as declarações dadas pelos ministros”.

Nova matéria publicada às 20h30 no portal da Agência Brasil parece apresentar outra versão ao fato: “Veto ao Código Florestal agrada bancada ambientalista, ruralistas reclamam”. A principal fonte dos “ambientalistas” apontados no título é o líder do Partido Verde na Câmara, o deputado Zequinha Sarney (PV-MA), que considerou positivo o veto e afirmou logo no lead da matéria: “A princípio, a presidenta cumpriu os seus compromissos de segundo turno [das eleições de 2010]”.

Sobre essa mesma questão e com a mesma fonte, a Agência Estado traz outra manchete: “Sarney Filho lamenta veto parcial do Código Florestal”. Logo abaixo do *lead*, revela a fala completa do deputado: “A presidente Dilma cumpriu compromissos de segundo turno, mas isso não quer dizer que o movimento ambientalista, a frente parlamentar e o PV estejam em concordância com o veto parcial”, disse Sarney Filho. Aqui se nota claramente a divergência na cobertura da mídia sobre o mesmo fato, na mesma entrevista, com a mesma fonte. As diferentes edições indicaram sentidos totalmente opostos para a mesma situação, cada um defendendo um lado.

² O tradicional jornal paulistano foi o único a publicar posição oficial favorável à versão do Código Florestal sugerida pela Câmara dos Deputados. Publicada em forma de editorial, o texto diz que “o Brasil terá uma boa moldura institucional para combinar a produção agrícola e a preservação do ambiente, se a presidente Dilma Rousseff sancionar sem veto o Código Florestal recém-aprovado pelo Congresso”. A ausência de representantes do setor rural nas discussões é citada pelo jornal, que salienta ainda que “os chamados ambientalistas raramente abandonaram sua atitude missionária e quase sempre de antagonismo aos produtores (ou, para efeito retórico, de oposição ao abominado agronegócio)”. Estadão (27/04/2012) – “Produção e preservação” (Editorial)

Ainda sobre os ambientalistas, a Agência Estado publica a partir da nota divulgada pela entidade: “WWF-Brasil critica decisão sobre Código Florestal”, posição similar àquela assumida pelo Greenpeace. Já a Agência Brasil indica uma posição equilibrada dos ambientalistas. A matéria das 18h21 traz como título: “Anúncio do governo sobre Código Florestal divide entidades ambientalistas”, sendo uma das fontes a própria WWF e o Greenpeace. De fato, a nota divulgada pela WWF-Brasil afirma que o governo contrariou os apelos da maioria da sociedade brasileira. “Apenas o veto integral ao texto possibilitaria a regulamentação da lei atual com participação real da sociedade e da comunidade científica. Sem isso, o Brasil ainda corre risco de retrocesso legislativo, pois as medidas associadas ao veto precisarão novamente do aval do Congresso, onde ruralistas vêm tentando impor retrocessos à sociedade”, destacou o texto.

Nesse sentido, a Agência Brasil parece querer suavizar as críticas das ONGs ambientalistas e publica a matéria: “Veto ao Código Florestal agrada bancada ambientalista, ruralistas reclamam”. Curiosamente, a reportagem seguinte da Reuters, repercutida pelo Estadão, afirma exatamente o oposto: “Veto parcial a Código gera críticas de ambientalistas e dúvidas” e complementa com matéria produzida pela BBC Brasil, também reproduzida pelo Estadão: “Veto parcial a Código Florestal divide ruralistas e ambientalistas - Após decisão de Dilma, ativistas fazem críticas e proprietários rurais comemoram”.

O enquadramento da cobertura da Agência Estado é sutil, indicando posição moderada dos “ruralistas” em oposição aos “radicais ativistas” do movimento ambientalista: “Para ruralistas, veto permitirá rediscutir o assunto”. Essa informação indica que os parlamentares devem analisar, aprovar o que for bom, e rejeitar aquilo que não atenda aos interesses. Só ao final do texto da matéria revela a irritação da oposição do deputado Ronaldo Caiado (DEM-GO), que considerou o veto “uma afronta ao Congresso Nacional”. Ele anunciou, por meio de nota, que o DEM irá entrar com um mandado de segurança na Justiça, além de uma questão de ordem no plenário da Câmara, contra a MP, o que de fato aconteceu meses mais tarde. Atualmente, o processo corre no Supremo Tribunal Federal.

A cobertura da Agência O Globo refere-se apenas aos dados apresentados pelos ministros na entrevista coletiva, sem destacar qualquer repercussão sobre esse assunto com outros atores nacionais (ONGs ambientalistas, parlamentares etc). Esse silêncio sobre essa polêmica também pode ser considerado um discurso. Por que não revelou essas vozes antagônicas para a opinião pública? Preferiu apresentar apenas a repercussão internacional, com referências a informações de matérias da BBC (Brasil aprovou um código florestal retrógrado), El País (Veto pela presidente dá anistia dos desmatadores da Amazônia), Le

Monde (Lei reduz a proteção da Amazônia no Brasil) e rede CNN (Rousseff optou pelo veto parcial dos artigos que muitos diziam conceder uma anistia aos que ilegalmente desmatavam a floresta).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Pode-se afirmar que a cobertura da mídia sobre o Código Florestal serviu de pano de fundo para representar a disputa entre o Governo, os parlamentares ruralistas e os ambientalistas. A votação da reforma do Código Florestal na Câmara revelou as dificuldades do Palácio do Planalto em coordenar os interesses partidários no Congresso. Por isso, parece que esse veto parcial foi realizado não apenas pelo conteúdo, mas devido às preocupações políticas de não confrontar a base no Congresso Nacional e a opinião pública. Tentou-se um meio termo entre os anseios e pressões dos “ruralistas” e “ambientalistas”.

Evidencia-se, entretanto, certa miopia, ampliada pelo enquadramento dado pela imprensa, tanto na forma como os ambientalistas quanto os ruralistas tratam o assunto por meio da mídia. Enquanto uns defendem a preservação da natureza, e parecem esquecer que o aumento populacional e o crescimento do consumo nos países emergentes demandam maior produção de alimentos, outros se apoiam somente nesse contexto da necessidade de aumentar a produtividade agropecuária para relegar a preservação dos recursos naturais a um segundo plano.

Observou-se, na maior parte do noticiário, o uso de generalizações que terminam por transformar produtor rural em sinônimo de desmatador de florestas. Martha *et al.* (2011) salientam que, entre 1950 e 2006, os ganhos em produtividade explicaram 79% do crescimento na produção pecuária do Brasil, dado que deveria ser usado como contraponto, por exemplo, quando afirma-se que a produção de carne é a vilã do desmatamento na Amazônia.

O noticiário alimentou o conflito entre produção agropecuária e preservação ambiental em vez de apresentar as alternativas tecnológicas já existentes capazes de conciliar os dois lados, que são indispensáveis para a manutenção da existência humana. Dessa forma, falta incorporar ao noticiário informações com embasamento científico, que auxiliem na construção do conhecimento social. Quais tecnologias e boas práticas agrícolas estão disponíveis para uso do produtor rural brasileiro? E quais já são adotadas para produzir os alimentos que chegam a nossas mesas? A resposta a tais perguntas deveria fazer parte do *agenda-setting*, mas observa-se pouca iniciativa da grande imprensa em tentar respondê-las.

Durante as discussões públicas, os dados sobre desmatamento na Amazônia foram utilizados pelas ONGs ambientalistas para reforçar a tese de que a expansão da agropecuária não deve fazer uso de novas áreas de vegetação nativa. A popularidade percebida do discurso mais ambiental refletiu-se também nos manifestos organizados em locais públicos de Brasília, São Paulo e outras cidades. A análise do noticiário comprova ainda que as duas instituições mais citadas são ONGs ambientais (Quadro 1) e aponta para a polarização entre “ambientalistas” e “ruralistas”, palavras mais repetidas no noticiário.

Nesse sentido, a cobertura jornalística tendia a valorizar o discurso defensor do meio ambiente. Na ocasião do veto presidencial, contudo, apenas a Agência O Globo, através da replicação de conteúdo das agências de notícias internacionais, abordou a questão da Amazônia, que parece ser mais uma preocupação mundial que nacional.

Muitos cidadãos nos movimentos populares mostraram-se contra o Código Florestal, mas ao mesmo tempo incapazes de explicar o porquê. Nesse ponto, cabe destacar que é politicamente mais correto, e socialmente mais aceitável, defender a natureza. Mas não é fácil definir qual o *mainstream* dessa questão, se a preservação ambiental ou o crescimento do agronegócio. Há, de fato, grupos poderosos por trás de ambos os lados. Tanto ONGs ambientais com atuação global e grande aporte de recursos, quanto multinacionais por trás da produção das principais *commodities* agrícolas.

Nesse ponto, cabe destacar um trecho de editorial do Estadão, que afirmou que “os meios de comunicação com frequência caíram na armadilha de tratar o assunto como um confronto bipolar”. Faltou à cobertura jornalística a capacidade de apresentar a possibilidade de aumento da produção agrícola com preservação ambiental.

Ficou evidente ainda a divergência de abordagem, o viés ideológico, apresentado pelas agências de notícias, especialmente Brasil e Estado, sobre as mesmas questões, no mesmo momento, com as mesmas fontes. Isso derruba definitivamente aquela tão perseguida tese de objetividade e isenção da produção jornalística. Reforça ainda que a cobertura da mídia ganhou contorno de espetáculo. A espetacularização do noticiário aliada à superficialidade das matérias contribuiu para que as discussões em torno do Código Florestal tivessem pouco caráter científico.

REFERÊNCIAS

- AGÊNCIA BRASIL. Disponível: <<http://agenciabrasil.ebc.com.br/>>. Acesso em: 4 maio de 2013.
AGÊNCIA ESTADO. Disponível em: <<http://www.estadao.com.br/>>. Acesso em: 4 maio 2013.
AGÊNCIA O GLOBO. Disponível em: <<http://www.oglobo.com.br/>>. Acesso em: 4 maio 2013.

- BBC. The BBC history. Disponível em: <<http://www.bbc.co.uk/historyofthebbc/>>. Acesso em: 14 maio 2013.
- CARVALHO, A. Opções metodológicas em análise de discurso: instrumentos, pressupostos e implicações. Universidade do Minho: **Cadernos do Noroeste, série Comunicação**, vol. 14 (1-2), p. 143-156, 2000. Disponível em: <<http://repositorium.sdum.uminho.pt/handle/1822/5520>>. Acesso em 18/05/2012.
- FAIRCLOUGH, N. **Discurso e mudança social**. Brasília: Editora UnB, 2001.
- FEALY, G.; McNAMARA, M.; TREACY, M. & LYONS, I. Constructing ageing and age identities: a case study of newspaper discourses. **Ageing & Society**, vol. 32, p. 85–102, 2012.
- GAMSON, W.; MODIGLIANI, A. Media Discourse and Public Opinion on Nuclear Power: a Constructionist Approach. **American Journal of Sociology**, vol. 95, n. 1, p. 1-37, 1989.
- GILL, R. Análise de discurso. In: BAUER, M. & GASKELL, G. **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som**. São Paulo: Vozes, 2000.
- GREGOLIN, M. R. Análise do discurso e mídia: a (re)produção de identidades. **Comunicação, mídia e consumo**, vol. 4, n. 11, p. 11 – 25, 2007.
- GUTMANN, J. S. Quadros narrativos pautados pela mídia: framing como segundo nível do agenda-setting? **Contemporanea**, vol. 4, n.1, p. 25-50, 2006. Disponível em:<http://www.portalseer.ufba.br/index.php/contemporaneaposcom/article/view/3481/2538>. Acesso em: 17/05/2012.
- IÑIGUEZ, L. (org.). **Manual de análise do discurso em ciências sociais**. Petrópolis: Vozes, 2004.
- KALYANGO JR., Y. Critical Discourse Analysis of CNN International's Coverage of Africa. **Journal of Broadcasting & Electronic Media**, vol. 55, n. 2, p. 160–179, 2011.
- LYNCH, M. Discourse analysis. In: OUTHWAITE, W. & TURNER, S. **The Sage handbook of social science methodology**. London: Sage, 2007.
- MARTHA, Jr., G.B.; ALVES, E.; CONTINI, E. Pecuária brasileira: produtividade e efeito poupa-terra. **Perspectiva – pesquisa agropecuária**, n. 1, maio. Brasília: Embrapa Estudos e Capacitação, 2011.
- MATTELART, A. e MATTELART, M. **História das teorias da comunicação**. São Paulo: Edições Loyola, 1999.
- MATTERLART, A. **A Globalização da comunicação**. Bauru, SP: EDUSC, 2000.
- NJAINE, K.; MINAYO, M. C. S. Análise do discurso da imprensa sobre rebeliões de jovens infratores Em regime de privação de liberdade. **Ciência & saúde coletiva**, vol. 7, n. 2, p. 285-297, 2002.
- POTTER, J. **Representing reality: discourse, rhetoric and social construction**. London: Sage, 1996.
- POWERS, P. **The methodology of discourse analysis**. Boston: Jones and Bartlett publishers, 2001.
- REUTERS. Company history. Disponível em: <http://thomsonreuters.com/about/company_history/>. Acesso em: 14 maio 2013.
- RICHARDSON, J. E. **Analysing newspaper: an approach from critical discourse analysis**. Nova York: Palgrave Macmillan, 2007.
- ROJO, L. M. A fronteira interior: análise crítica do discurso: um exemplo sobre racismo. In: IÑIGUEZ, L. (org.). **Manual de análise do discurso em ciências sociais**. Petrópolis: Vozes, 2004.
- SCHEUFELE, D. A. Framing as a theory of media effects. **Journal of Communication**, 49 (1), p. 101-120, 1999.
- SENADO FEDERAL. **O Código Florestal de 1965**. Disponível em: <<http://www.senado.gov.br/NOTICIAS/JORNAL/EMDISCUSSAO/codigo-florestal/senado-oferece-um-projeto-equilibrado-para-o-novo-codigo-florestal-brasileiro/codigo-florestal-de-1965.aspx>>. Acesso em: 05 jun. 2012.
- SOS Florestas. **Código Florestal: entenda o que está em jogo com a reforma da nossa legislação ambiental**. Brasília: SOS Florestas. Disponível em: <http://www.agricultura.gov.br/arq_editor/file/cameras_setoriais/Hortalicas/26RO/cartilhaCF.pdf>. Acesso em: 13 jun. 2012.
- STROMER-GALLEY, J. e BRYANT, L. Agenda Control in the 2008 CNN/YouTube Debates. **Communication Quarterly**, vol. 59, n.5, p. 529-546, 2011.
- VAN DIJK, T. A. **News as discourse**. Nova York: Routledge, 1988.
- WOLF, M. **Teorias da comunicação**. 6. ed. Lisboa: Editorial Presença, 2001.