

General Motors e meio ambiente

1 Introdução

DEPOIS DE ACOMPANHAR, através da mídia, a festa de recepção para o Governador Antonio Britto e para a diretoria da General Motors, no lançamento da pedra fundamental das futuras instalações da empresa, no município de Gravataí (RS), fica a pergunta, qual será o impacto ambiental de todo o empreendimento? Essa é apenas mais uma iniciativa governamental imediatista, com objetivos puramente econômicos ou serão realizados os projetos ambientais necessários? Por que não existe um Estudo de Impacto Ambiental (EIA) e por que a sociedade não foi devidamente esclarecida nesse sentido? Por que tudo isso não foi discutido abertamente?

2 A visão fornecida pelos jornais

A festa foi grande, com direito a banda de música, bateria de escola de samba, estouro de 10 mil fogos de artifício, balões das cores da GM, colegiais com bandeirinhas, distribuição de duas mil latas de cerveja para a população e culminou com o descerramento de uma placa gigantesca, além do plantio de quatro mudas de árvores, entre elas uma de pau-brasil, como forma de mostrar a preocupação da empresa com relação ao meio ambiente.

A comemoração, própria da nossa sociedade tupiniquim, foi tal que surpreendeu o então presidente da GM no Brasil, Mark Hogan, o qual, conforme nota publicada pelo colunista José Barrionuevo, em Zero Hora de 22 de março, solicitou ao secretário de Desenvolvimento e Assuntos Internacionais, Nelson Proença uma cópia do vídeo com as imagens do acontecimento, para mostrar em reunião da corporação, em Detroit. "Se eu contar eles não acreditarão", justificou.

Durante os mais de quatro meses de

Maria Cristina V. Gomes da Silva

Mestranda em Educação Ambiental na FURG
Profa. da FAMECOS/PUCRS

negociações entre Governo do Estado e GM foram divulgadas quase que apenas informações que enalteciam os benefícios que seriam gerados pelo empreendimento: mais de 2 mil empregos diretos na Região Metropolitana de P. Alegre e 10 mil indiretos, investimentos da ordem de US\$ 600 milhões, produção de 120 mil veículos por ano e a instalação de mais de 30 empresas fornecedoras junto ao complexo que a GM erguerá naquele município.

“A planta gaúcha será a mais moderna da corporação no mundo. Será a primeira no país dentro do conceito de comunidade industrial e servirá de modelo para outras fábricas que a GM instalará nos próximos anos na Índia e na China”, diz o Caderno de Economia da Zero Hora de 16 de março. Diversas vezes estas mesmas informações foram publicadas nos jornais analisados.

Mas o que realmente significa uma fábrica modelo? Ao se expressarem dessa maneira, estavam se referindo unicamente a equipamentos, tecnologia ou isso também engloba o aspecto ambiental? O assunto foi tratado como óbvio e secundário pela imprensa, Governo e direção da GM. Meio ambiente pode ser um tema óbvio para empresas de Primeiro Mundo localizadas no Primeiro Mundo, mas isso não acontece quando elas se instalam nas nações “em desenvolvimento”.

De novembro de 1996 até o dia 25 de março deste ano, foram gerados mais de 10 mil cm/col nos jornais Zero Hora, Correio do Povo e Jornal do Comércio, dos quais menos de cem referiam-se aos investimentos e providências para neutralizar o impacto ambiental das futuras instalações da GM. O Caderno de Economia especial sobre a GM, publicado no Jornal do Comércio, do dia 3 de dezembro, dizia que a proposta do governo gaúcho para atrair a GM para o Estado deveria incluir o equacionamento dos efluentes, segundo o modelo adotado pelo Pólo Petroquímico de Triunfo.

De acordo com Zero Hora de 6 de dezembro,

“o Estado se responsabilizará pelo tratamento dos resíduos, com a possível construção de uma estação de tratamento de efluentes”.

O Correio do Povo, de 10 de dezembro, na matéria sobre o gasoduto (que integra o pacote de investimentos em infra-estrutura oferecidos à GM) reforçava dizendo que: “É certa ainda, a construção de uma estação de tratamento de efluentes”.

Segundo a reportagem do Jornal do Comércio de 16 de dezembro intitulada “Governo envia hoje à AL propostas sobre a GM”, os prefeitos dos municípios de Guaíba, Eldorado do Sul e Gravataí deveriam responder a questionários com questões de infra-estrutura. Eram 28 itens que, entre outros, perguntavam sobre condições para a destinação do lixo e do seu tratamento. Também o Correio do Povo de 19 de dezembro, faz rápida alusão a este questionário e a Zero Hora do mesmo dia refere-se ao assunto de maneira ainda mais superficial.

A notícia intitulada “GM adia a decisão sobre o local da fábrica”, de Zero Hora de 14 de janeiro, informa que “a GM espera a conclusão dos estudos de impacto ambiental que a instalação da montadora provocará porque o meio ambiente integra os conceitos básicos da maior corporação do mundo”.

Ainda o Correio do Povo ressalta a importância do tema para a GM. No dia 19 de janeiro, diz que:

“A Fundação Estadual de Proteção Ambiental (Fepam), incumbida de autorizar e fiscalizar a instalação da montadora, não prevê obstáculos para a liberação do empreendimento. [...] A avaliação da Fepam em relação ao potencial poluidor da futura montadora pode ser explicada pelo seu conhecimento do projeto. A entidade já visitou as três potenciais localizações da futura indústria da GM e elaborou um relatório preliminar das regiões. Não detectamos

riscos flagrantes em nenhuma delas, resume o diretor técnico da entidade, Ricardo Dobrovolski. A GM só vai definir o local quando sua equipe disser que ele atende a todas as exigências do órgão ambiental, prevê o diretor da Fepam. A partir desta escolha, a GM vai ingressar com um pedido de licença prévia. A indústria não precisará solicitar um Estudo de Impacto Ambiental (EIA) [!]. Este processo é complexo e demorado, exigindo a realização de audiências públicas para discutir o projeto. Com a dispensa, a liberação pode sair mais depressa [sic].”

Maiores esclarecimentos são publicados pelo Jornal do Comércio de 25 de março, onde o diretor-técnico do grupo gaúcho Pró-Ambiente, Marco Antonio Dexheimer, declara que 20% dos US\$ 600 milhões da obra serão aplicados em medidas preventivas do meio ambiente. Na entrevista ele confirma a participação do Estado, sob cuja responsabilidade ficará o tratamento dos efluentes líquidos. Diz que possivelmente será feito um sistema integrado semelhante ao desenvolvido no Pólo Petroquímico, em que o gerenciamento está a cargo da Companhia Riograndense de Saneamento (Corsan) e que os efluentes cloacais deverão ser tratados e lançados no Rio Gravataí, enquanto que os industriais passarão por uma purificação para serem reutilizados. Segundo ele, o gerenciamento dos resíduos sólidos deverá ser terceirizado, sendo que a Pró-Ambiente é forte candidata.

Explica que estes resíduos deverão ser enviados para locais especiais, terminais em que o solo será revestido para proteger a terra, as águas e o lençol freático. Informa ainda que o controle da emissão dos gases emitidos pelas caldeiras (monóxido de carbono, dióxido de carbono, dióxido de enxofre e água) ficará com a GM, sendo que as opções para isso são os lavadores de gases, filtros e precipitadores, todos encontrados no Brasil. E isso praticamente é tudo o que foi

publicado sobre o assunto.

Por que a questão ambiental não obteve a merecida discussão? Por que foi relegada a um plano secundário por políticos, imprensa e pela sociedade?

3 O desenvolvimento sustentável

Desenvolvimento é evolução e deste modo, bem-vindo. Além disso, não passa despercebido que existe miséria, fome e desemprego. Porém, o progresso deve ocorrer de forma consciente e ética, respeitando o meio ambiente.

“Desenvolvimento sustentável quer dizer que o desenvolvimento deve satisfazer nossas necessidades econômicas atuais sem reduzir a capacidade das gerações futuras de fazer o mesmo.” (Guimarães 1992, p.76).

Embora o conceito de desenvolvimento sustentável continue polêmico na teoria e na prática, uma vez que o Primeiro e o Terceiro Mundo apresentam opiniões diferentes quanto ao consumo e ao usufruto da produção, existe um consenso sobre as consequências dos problemas (Faundez 1994, p.104).

É possível aliar progresso à preservação. Basta vontade política e econômica. Quanto a esta última, os certificados ISO chegaram para exigí-la, pois brevemente nenhum produto conseguirá participar do mercado internacional se não tiver essa certificação. Aqui mesmo no Estado, algumas empresas já despertaram para isso. É o caso da Petroflex, Nitriflex e OPP Polietilenos, localizadas no Pólo Petroquímico de Triunfo, que, assim como a Riocell, de Guaíba, receberam a certificação no ano passado.

A ISO é a sigla da Internacional Standardization Organization, com sede na Suíça, que congrega representantes de 110 países. O trabalho da ISO consiste em elaborar normas

para a padronização de processos produtivos.

A série ISO 14000 contém um conjunto de regras que as empresas devem seguir para evitar a agressão ao ambiente, além de racionalizar a produção. As empresas interessadas em obtê-la em nível internacional precisam contratar auditorias estrangeiras, para fiscalizar os processos e relações com o ambiente natural. As normas estabelecem que além de se preocuparem com o impacto ambiental que as suas atividades podem gerar sobre recursos como o solo, água, ar e consumo de energia, as organizações devem ter objetivos e metas ambientais que envolvam desde os funcionários, prestadores de serviços, até a comunidade.

Depois de obtida a ISO 14000, são realizadas auditorias semestrais para averiguar se as práticas que deram direito à certificação estão sendo mantidas pelas empresas.

Reigota, quando se refere aos objetivos da Educação Ambiental definidos pela Carta de Belgrado, explica o que significa capacidade de avaliação:

“Capacidade de Avaliação é levar os indivíduos e os grupos a avaliar medidas e programas relacionados ao meio ambiente em função de fatores de ordem ecológica, política, econômica, social, estética e educativa. Fundamental para a participação do cidadão é decifrar a linguagem dos projetos de risco ambientais elaborados por técnicos especializados. A capacidade de avaliação permite ou não que projetos duvidosos sejam efetuados. A educação ambiental deve procurar traduzir a linguagem técnico-científica para a compreensão de todos.” (Reigota 1994, p. 33)

É nesse momento que a atuação da imprensa assume extrema importância, decifrando essa linguagem, tornando pública e questionando as iniciativas governamentais com relação ao meio ambiente, o que não é uma tarefa fácil.

E, segundo Peter (1994, p.25), “o principal desafio enfrentado pelos jornalistas que cobrem este setor é traduzir o palavreado científico em linguagem clara e concisa, pois a maioria dos leitores de jornal, telespectadores e ouvintes de rádio não têm tempo ou disposição para consultar dicionários a fim de decifrar os termos ecológicos”.

Lembrando Reigota (1994, p.24), quando diz que os meios de comunicação, através de debates, filmes, artigos enfocando os problemas ambientais, contribuem para a conscientização da população, verifica-se que foi justamente isso que faltou para haver um maior esclarecimento da sociedade quanto às medidas ambientais a serem tomadas com relação à GM.

4 Os meios de comunicação na construção da realidade

Nas primeiras décadas deste século, acreditava-se que a imprensa manipulava totalmente as massas. A chamada “Teoria da Bala Mágica”, cuja idéia fundamental era que as mensagens da mídia eram recebidas de maneira uniforme pelos membros da audiência e que respostas imediatas e diretas eram desencadeadas por tais estímulos (De Fleur e Ball-Rokeach, 1993, p.182), foi posteriormente alterada e complementada.

“Na evolução muda o tipo de efeito, que já não diz respeito às atitudes, aos valores, aos comportamentos dos destinatários. É um efeito cognitivo sobre os sistemas de conhecimento que o indivíduo assume e estrutura de uma forma estável, devido ao consumo que faz das comunicações de massa” (Wolf, 1995, p.126). Ele explica que também muda o quadro temporal e os efeitos deixam de ser considerados pontuais, ligados à exposição à mensagem, pois observa-se que eles são cumulativos, sedimentados no tempo.

Os cientistas dos mass media, auxiliados pela psicologia social, observaram que alguns

princípios regiam o recebimento da mensagem. O primeiro deles refere-se ao interesse em obter a informação e ressalta que “quanto mais expostas as pessoas são a um determinado assunto, mais o seu interesse aumenta e, à medida que o interesse aumenta, mais elas se sentem motivadas para saberem mais acerca dele” (Wolf, 1995 p.33).

O mesmo autor explica o princípio da exposição seletiva, dizendo que “os componentes da audiência tendem a expor-se à informação que está de acordo com as suas atitudes e a evitar as mensagens que, pelo contrário, estão em desacordo com essas atitudes”.

O princípio da atenção seletiva alerta para o fato de que as diferenças individuais da estrutura cognitiva resultam em diversos modelos de atenção ao conteúdo da mídia.

Nossas sociedades de mídia estão a tal ponto saturadas com mensagens concorrentes que as pessoas não podem simplesmente atentar para tudo que lhes é dirigido. Mesmo que tentassem, sofreriam quase que instantaneamente uma sobrecarga. Para evitar isso, as pessoas criam “filtros mentais” que vasculham colossais doses de informação. Sua atenção é confinada a apenas um limitado segmento do que está disponível diariamente (DeFleur e Ball-Rokeach, 1993 p.215).

Também o princípio da percepção seletiva baseia-se nas diferenças individuais e alerta que devido a diferenças em fatores cognitivos como interesses, crenças, conhecimentos anteriores, atitudes, necessidades e valores, os indivíduos perceberão um mesmo estímulo complexo de forma diferente de outras pessoas portadoras de estruturas cognitivas diversas (DeFleur et Ball-Rokeach, 1993 p.216).

Ou seja, como diz Rodrigues (1988, p.203), “o processo perceptivo envolve uma série de variáveis que se interpõem entre o momento da estimulação sensorial e a tomada de consciência daquilo que foi responsável por

esta estimulação. Além disso, de acordo com Wolf (1995, p.33), a interpretação transforma e adapta o significado da mensagem recebida, fixando-a às atitudes e aos valores do destinatário e pode, por vezes, até mudar radicalmente o sentido da própria mensagem.

Pelo princípio da recordação seletiva, “certos tipos de conteúdo serão lembrados por longo tempo por certos tipos de pessoas. Outras, com diferentes estruturas cognitivas, vinculações associativas e ligações sociais, o esquecerão prontamente” (DeFleur et Ball-Rokeach, 1993, p.217).

Sobre o princípio da ação seletiva, os mesmos autores dizem que:

“... nem todos agirão da mesma forma por terem sido expostos a determinada mensagem da mídia. A ação é o elo final da corrente. Antes de ela poder ocorrer, um membro da audiência tem de comparecer à apresentação, perceber seu significado e lembrar o seu conteúdo. Todas essas respostas dependerão das influências intervenientes de variáveis cognitivas, categorias e subculturas, e de vínculos sociais com outras pessoas.” (De Fleur et Ball-Rokeach, 1993, p.217)

Atualmente, além de todas essas novas concepções, a hipótese do agenda-setting está recebendo grande atenção por parte dos pesquisadores dos mass media. Ela defende que:

“Em conseqüência da ação de jornais, da televisão e dos outros meios de informação, o público sabe ou ignora, presta atenção ou descarta, realça ou negligencia elementos específicos dos cenários públicos. As pessoas têm tendência para incluir ou excluir dos seus próprios conhecimentos aquilo que os mass media incluem ou excluem do seu próprio conteúdo. Além disso, o público tende a atribuir àquilo que esse conteúdo inclui uma importância que

reflete de perto a ênfase atribuída pelos mass media aos acontecimentos, aos problemas, às pessoas." (Shaw, 1979, p. 96)

Foi constada a existência de grande correspondência entre a ênfase dada a determinada questão pelos veículos de comunicação de massa e o nível de importância que pessoas que estiveram expostas à mídia lhe atribuem. Isso não quer dizer que a imprensa tenha capacidade de levar o público a adotar qualquer determinado ponto de vista, mas ela faz com que alguns problemas sejam encarados como mais relevantes do que outros. "A agenda da imprensa é a agenda do público" (DeFleur et Ball-Rokeach, 1993 p.284).

A hipótese do agenda-setting não defende que os mass media pretendam persuadir. Para ela, os mass media, descrevendo e precisando a realidade exterior, apresentam ao público uma lista daquilo sobre o que é necessário ter uma opinião e discutir. Seu pressuposto fundamental é que a compreensão que as pessoas têm de grande parte da realidade social lhes é fornecida, por empréstimo, pelos mass media (Shaw, 1979, 96,101).

Como bem resume Cohen, "se é certo que a imprensa não pode, na maior parte das vezes, conseguir dizer às pessoas como pensar, tem, no entanto, uma capacidade espantosa para dizer aos seus próprios leitores sobre que temas devem pensar" (Cohen, 1963, p.13).

5 Conclusões

Imediatamente após o período analisado, o deputado Flávio Koutzii trouxe à tona o caso do financiamento de R\$ 253 milhões que o Governo do Estado forneceu à GM, com juros de 6% ao ano, cinco anos de carência e 10 para pagamento. O assunto obteve grande espaço na mídia e indignação por parte de uma boa parcela da população, não só pelo valor do

empréstimo, mas também pela forma e sigilo com que as negociações foram conduzidas.

Assim como o condenado empréstimo, a questão ambiental também não foi questionada e debatida pela sociedade, porque quase não esteve presente na agenda da imprensa. Os jornais analisados somente aplaudiram e comemoraram a vinda da nova empresa e todos os benefícios que por ela serão gerados. Conseqüentemente, a sociedade fez o mesmo.

Pelos princípios de interesse, exposição, percepção, recordação e ação seletiva, fica evidente que o pensamento da grande maioria não teria sido alterado somente pela presença da questão ambiental na imprensa. Mas, essa presença desencadearia curiosidade, reflexão e provavelmente aquelas pessoas em cujo interior as informações encontrassem ressonância questionariam e exigiriam explicações sobre as providências a serem tomadas e a participação do Estado nos seus custos, assim como posteriormente ocorreu com relação ao empréstimo fornecido. O público aborda os assuntos que lhe são familiares, mas para isso alguém precisa exigir que eles façam parte da pauta dos veículos.

A humanidade alcançará o almejado estágio de evolução e maturidade quando aprender a respeitar a natureza, quando existir uma consciência ambiental em todos os níveis da sociedade.

Como isso se dará?

Não será por meio de lutas e radicalismos de esquerda ou de direita, mas pelo diálogo entre os povos da Terra. Será através de uma permanente presença dos assuntos ambientais na agenda da imprensa. A natureza é perfeita e não necessita do homem para se recuperar, mas precisa urgentemente que ele a respeite e pare de destruí-la.

A GM está chegando com a previsão de se enquadrar nas normas ISO 14000?

Algumas poucas e espaçadas vezes o impacto ambiental a ser gerado pelas suas futuras instalações foi abordado, sendo que nestas ocasiões as informações não receberam a devida importância.

Quanto aos efluentes líquidos, realmente será feito um sistema integrado semelhante ao do Pólo Petroquímico? Em caso positivo, que resultados estão sendo obtidos? Por qual tipo de tratamento passarão os efluentes cloacais que serão lançados no Rio Gravataí? E os industriais serão mesmo reutilizados na sua totalidade? No geral isso é muito difícil e parte deles são lançados no meio ambiente. É correto e moral que os custos do tratamento hídrico de uma empresa privada sejam arcados pelo contribuinte?

Onde ficam os terminais para resíduos sólidos? Que tipo de revestimento será utilizado no solo e qual é a sua segurança?

Quanto às emissões aéreas, as opções apresentadas são seguras?

Como cidadãos temos direito a todas estas respostas e principalmente no que se refere aos resíduos líquidos, já que serão custeados por nós.

Esses assuntos não obtiveram a merecida discussão junto à sociedade. Apenas ocorreu uma verticalidade na comunicação e o tema, superficialmente tratado pela agenda da mídia, ficou em segundo plano para a população.

A conseqüência é o fato de a sociedade praticamente não haver refletido sobre a questão ambiental que envolverá a instalação da GM no Rio Grande do Sul. Por este motivo arcará com custos financeiros e provavelmente ambientais que ainda desconhece e sobre os quais não teve oportunidade de opinar.

Talvez, dentro de algum tempo, mais algum deputado desperte para o assunto e então a questão ambiental obtenha o mesmo espaço

destinado ao financiamento concedido à GM. Nessa ocasião todos se darão conta de que ele foi muito maior do que R\$ 253 milhões ■

Referências

- COHEN, B. *The press and foreign policy*. Princeton : Princeton University Press, 1963
- DEFLEUR, Melvin L. et BALL- ROKEACH. Sandra. *Teorias da comunicação de massa*, 5. ed. Rio de Janeiro : Zahar, 1993.
- FAUNDEZ, Antonio (org.). *Educação, desenvolvimento e cultura*. São Paulo : Cortez, 1994.
- GUIMARÃES, Mauro. *A dimensão ambiental na educação*. Papyrus Editora, 1992.
- PETER Nelson. *Dez dicas práticas para reportagens sobre o meio ambiente*. The Center for Foreign Journalists, 1994.
- REIGOTA, Marcos. *O que é Educação Ambiental*, São Paulo : Editora Brasiliense, 1994. v. 292 Coleção primeiros passos.
- RODRIGUES, Aroldo. *Psicologia Social*. Vozes, 1988.
- SHAW, E. "Agenda-Setting and Mass Communication Theory", *Gazette*, 1979, vol. XXV, nº 2.
- WOLF, Mauro. *Teorias da Comunicação*. 4. ed. Lisboa : Editorial Presença, 1995.