

Anais



VII Jornada de Iniciação Científica da Embrapa Amazônia Ocidental

*Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária
Embrapa Amazônia Ocidental
Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento*

Anais da VII Jornada de Iniciação Científica da Embrapa Amazônia Ocidental

*Luis Antonio Kioshi Aoki Inoue
Regina Caetano Quisen
Ronaldo Ribeiro de Moraes
Cheila de Lima Boijink
Editores Técnicos*

*Embrapa Amazônia Ocidental
Manaus, AM
2010*

Exemplares desta publicação podem ser adquiridos na:

Embrapa Amazônia Ocidental

Rodovia AM-010, km 29, Estrada Manaus/Itacoatiara
Caixa Postal 319, 69010-970, Manaus - AM
Fone: (92) 3303-7800
Fax: (92) 3303-7820
www.cpa.embrapa.br

Comitê Local de Publicações

Presidente: *Celso Paulo de Azevedo*
Secretária: *Gleise Maria Teles de Oliveira*
Membros: *Aparecida das Graças Claret de Souza*
José Ricardo Pupo Gonçalves
Lucinda Carneiro Garcia
Luis Antonio Kioshi Inoue
Maria Augusta Abtibol Brito
Maria Perpétua Beleza Pereira
Paulo César Teixeira
Raimundo Nonato Vieira da Cunha
Ricardo Lopes
Ronaldo Ribeiro de Moraes

Revisor de texto: *Maria Perpétua Beleza Pereira*

Normalização bibliográfica: *Maria Augusta Abtibol Brito*

Diagramação e arte: *Gleise Maria Teles de Oliveira*

1ª edição

1ª gravação em CD-ROM (2010): 200

Todos os direitos reservados.

**A reprodução não autorizada desta publicação, no todo ou em parte,
constitui violação dos direitos autorais (Lei nº 9.610).**

**CIP-Brasil. Catalogação-na-publicação.
Embrapa Amazônia Ocidental.**

Jornada de Iniciação Científica da Embrapa Amazônia Ocidental (7. : 2010 :
Manaus).
Anais... / editores Luis Antonio Kioshi Aoki Inoue, Regina Caetano Quisen,
Ronaldo Ribeiro de Moraes e Cheila de Lima Boijink. – Manaus: Embrapa Amazônia
Occidental, 2010.
1 CD-ROM; 4^{xs} pol.

ISBN 978-85-89111-11-9

1. Pesquisa. 2. Desenvolvimento. I. Inoue, Luis Antonio Kioshi Aoki. II. Quisen,
Regina Caetano. III. Moraes, Ronaldo Ribeiro de. IV. Boijink, Cheila de Lima. V. Título.

CDD 501

Promoção da Educação Ambiental por Meio de Ações Comunicacionais na Embrapa Amazônia Ocidental

Greicy Kelly Simão
Joanne Régis Costa

Introdução

A comunicação social é imprescindível como canal de divulgação de conhecimentos, contribuindo para a mudança de atitudes e para a consolidação de ações que visam à sustentabilidade.

Segundo o Tratado de Educação Ambiental para Sociedades Sustentáveis e Responsabilidade Global (1992), formulado na Conferência Rio 92, *"A comunicação é um direito inalienável e os meios de comunicação de massa devem ser transformados em um canal privilegiado de educação, não somente disseminando informações em bases igualitárias, mas também promovendo intercâmbio de experiências, métodos e valores"*.

A comunicação é grande responsável pelo estabelecimento dessas interações entre os indivíduos, que não absorvem simplesmente os materiais simbólicos comunicados, mas interagem com estes, percebem suas interpelações, reagem e interpretam (HENRIQUES, 2002, p. 59).

O jornalismo ambiental, assim como o jornalismo científico, está ganhando mais espaço, em função de questões como aquecimento global, biodiversidade e preservação ambiental. Ambos têm papel imprescindível, pois podem traduzir, informar e sensibilizar a população sobre sua relevância e, dessa forma, contribuir para a promoção do desenvolvimento sustentável. Sem comunicação não há envolvimento e comprometimento dos públicos, o que é essencial para uma nova relação do ser humano com ele mesmo e com a natureza (ELHAJJI, 2002). Segundo Oliveira (2007), o acesso às informações sobre Ciência e Tecnologia é fundamental para o exercício pleno da cidadania e, portanto, para o estabelecimento de uma democracia participativa, na qual

grande parte da população tenha condições de influir, com conhecimento, em decisões e ações políticas ligadas a C & T.

Neste trabalho, são apresentados os resultados de pesquisas realizadas em jornais impressos amazonenses que divulgam a Embrapa Amazônia Ocidental, bem como o assunto “meio ambiente”, o que pode tornar a opinião pública local mais informada e esclarecida sobre as ações da referida Empresa e sobre a temática ambiental. São apresentadas também outras ações comunicacionais realizadas durante a vigência da bolsa Paic/Fapeam, importantes para a divulgação do Projeto “Implantação das Diretrizes Institucionais de Gestão Ambiental nas Unidades da Embrapa” e de outras atividades da empresa.

Material e Métodos

As ações fizeram parte de quatro grupos de atividade, a saber:

- **Interna** (funcionários): reuniões de pauta com a equipe do projeto de gestão ambiental e da Área de Comunicação Empresarial (ACE) para identificar as atividades e a forma de apoio e divulgação das ações do projeto nos murais, no site da Embrapa, no jornal interno eletrônico “Em Pauta” e em outros canais internos.
- **Externa (visitantes)**: imagens para as matérias e mural mostrando o ambiente natural do campo da Sede da Embrapa e cartazes informativos sobre educação ambiental.
- **Externa (meios de comunicação)**: produção de matérias e imagens para divulgação das ações do projeto de gestão ambiental e de outras ações da

Embrapa nos meios de comunicação de massa, principalmente jornais impressos, e no site da Embrapa Amazônia Ocidental.

- Para realização dos itens 2 e 3 foram necessários uma máquina fotográfica digital e um computador com alguns programas instalados, que permitiram a produção e a revisão dos textos, o tratamento, a captura, a edição e conversão de imagens, tais como: Open Office, Dreamwaver, CorelDraw 11, Adobe Photoshop.
- **Pesquisas em jornais impressos**: foram analisadas edições de três jornais amazonenses (A Crítica, Amazonas em Tempo e Diário do Amazonas), escolhidos por sua importância local, por um período de 11 meses (agosto a dezembro de 2009 e janeiro a junho de 2010), sendo 450 edições em 2009 e 362 em 2010, totalizando 812 edições. Foram identificados os temas veiculados, a quantidade de matérias que mencionavam pesquisas da Embrapa, a presença de fotos ou outras formas de ilustração e os tipos de matéria quanto ao gênero (informativo, editorial, interpretativo).

Na segunda pesquisa realizada, buscou-se a forma de divulgação da temática ambiental por jornais locais, analisando 40 edições dos três jornais citados acima, totalizando 120 edições.

Resultados e Discussão

A pesquisa mostrou 37 matérias veiculadas sobre a Embrapa Amazônia Ocidental, considerando os dois períodos estudados e 812 edições, cujos temas foram: dendê (4), piscicultura (7), guaraná (3), banana (1), feijão (1) e citrus (2), concurso da Embrapa (6), mamão (1), arroz (1), juta e malva (2), Prêmio Finep (1),

Seminário sobre “Sistemas Agropecuários de Produção Integrada no Amazonas” (4), mandioca (1), Ciência & Tecnologia (3).

Em ambos os períodos da pesquisa, o jornal *A Crítica* foi o que mais divulgou a Embrapa (54,54% em 2009 e 53,85% em 2010). Todas as reportagens foram ilustradas, sendo as fotos do tipo posadas, em sua maioria, divulgadas pela própria Embrapa. As fotos apresentaram boa qualidade e impressão e ocuparam espaços favoráveis à sua visibilidade, o que reforçou o texto e o conteúdo geral da matéria. As legendas, em geral, agregaram valor às fotos, atraindo a atenção do leitor.

Observou-se também a publicação de artigos e notas (gênero opinativo e editorial, respectivamente) citando o nome da Embrapa, o que contribui para o fortalecimento da imagem da Empresa.

A maior parte das matérias veiculadas pertenceu ao gênero informativo, e o discurso apresentado foi sempre positivo, com ênfase para as tecnologias geradas pela Embrapa para melhorar a produção das espécies. Houve um bom espaço de divulgação para a contratação de pessoal por meio de concurso público.

Os resultados demonstram que a Embrapa pode ampliar a divulgação de suas pesquisas. Como boa parte das pesquisas é financiada com recursos públicos, é justo que a população esteja sempre bem informada a respeito de seu andamento e de seus resultados. O direito à informação, prenunciado na Declaração Universal dos Direitos Humanos, divulgada pela ONU em 1948, justifica a importância e a necessidade de se divulgar Ciência e Tecnologia (C&T) para a população, buscando a democratização do conhecimento e, consequente-

mente, a diminuição do analfabetismo científico. Sem a informação, a ciência não pode se desenvolver e sobreviver. Fluido precioso, permanentemente produzido e renovado, a informação só interessa se houver circulação (LE COADIC, 2004). Daí a importância dos esforços de comunicação científica, em especial nos dias de hoje, em que as atividades de pesquisa científica nunca tiveram o vigor e a extensão que têm. Onde o que é bom para a ciência tem que ser bom para a sociedade (ALVIM, 2003, p.53).

A segunda pesquisa realizada considerou a divulgação do tema “meio ambiente” por jornais impressos do Amazonas, considerando as matérias que falam da região amazônica ou da questão ambiental em sentido mais amplo. De forma geral, percebeu-se que a pauta ambiental é efetivamente uma pauta multacaderno, mas não há acompanhamento efetivo dos fatos ambientais da região, os quais ainda dependem de denúncias e atos isolados. Embora seja abordado pelos jornais, o tema meio ambiente necessita ser melhor apresentado, tanto no espaço gráfico quanto no conteúdo jornalístico. O aspecto negativo é mais valorizado do que o positivo. A ênfase dada priva a sociedade de conhecer as inúmeras ações desenvolvidas por diferentes grupos e instituições, em prol de um meio ambiente mais saudável. Silva (2005) também identificou como ponto problemático na cobertura jornalística sobre meio ambiente a tendência a apresentar as notícias com enfoque negativo. Em sua maioria, os textos analisados pela autora, selecionados em três dos principais jornais de circulação nacional, restringiam-se aos aspectos factuais (imediatos) dos assuntos noticiados, sem preocupação com uma maior contextualização.

Pesquisadores da Universidade de São Paulo encontraram resultados semelhantes em uma pesquisa sobre como a imprensa brasileira trata de questões ambientais. Via de regra, as matérias falavam de catástrofes naturais e/ou acidentes graves que causam danos à natureza; de relatórios publicados por revistas estrangeiras com dados científicos sobre o aquecimento global; e do dia 5 de junho, data em que se comemora o Dia Mundial do Meio Ambiente (*Imprensa*, 2001 *apud* LUFT, 2005, p. 46). Segundo Luft (2005), o principal obstáculo apontado nessa questão é o ritmo acelerado das redações, que dificulta uma abordagem mais aprofundada dos temas ambientais que, por sua vez, requer conhecimento técnico, dedicação e especialização.

Os resultados dessa pesquisa mostram também que os jornais diários locais ainda não perceberam a importância de manter espaços mais amplos e em páginas com maior visibilidade. Boa parte das matérias foi veiculada em página par, que tem menor visibilidade (exceto a contracapa) e, assim, costuma veicular temas considerados “menos nobres”. Trigueiro (2003) considera que a questão ambiental, de maneira geral, aparece de forma superficial e fragmentada na grande imprensa, o que se deve a fatores como as percepções sobre o conceito de meio ambiente dos profissionais do jornalismo e a pressão pela agilidade na produção – o que impede que o jornalista tenha tempo para investigar os fatos com mais rigor e precisão. O autor afirma que o potencial educativo dos meios de comunicação ainda parece pouco aproveitado e identifica algumas dificuldades no trabalho desse novo profissional das redações, sobretudo no que diz respeito à sua formação – seja nos cursos de graduação ou de pós-graduação.

Verificou-se, ainda, que organizações como Embrapa, Ufam, Semmas, Inpa, Ipaam, Ibama e Ongs são frequentemente citadas como fontes de informação em matérias sobre meio ambiente, sendo vitais para a construção das notícias sobre o assunto. Porém, percebeu-se que os jornalistas negligenciam o cidadão comum. Para Bueno (2007), as fontes no jornalismo ambiental devem ser todos os cidadãos, e sua missão será sempre compatibilizar visões, experiências e conhecimentos que possam contribuir para a relação sadia e duradoura entre o homem (e suas realizações) e o meio ambiente.

Além das atividades mencionadas, a assessoria de comunicação da Embrapa foi apoiada por meio do abastecimento do banco de notícias a cada semana, da elaboração de oito matérias veiculadas no site, nos murais e no informativo interno “Em Pauta”. Os títulos das matérias elaboradas foram: “Coral Encantos da Floresta participa de Encontro de Coros”, “Embrapa realiza oficina ambiental para estudantes na Semana de Ciência e Tecnologia C&T”, “Novos bolsistas recebem orientações”, “Compostagem” (Em Pauta), “Embrapa promove gincana ecológica”, “Embrapa realiza gestão ambiental” e “Sistemas Agroflorestais são alternativas ao uso do fogo” e “Embrapa realiza palestras sobre meio ambiente em escola do Assentamento Tarumã-Mirim”.

Foram produzidas fotos dos eventos realizados pela equipe do projeto de Gestão Ambiental e também pela equipe da Área de Comunicação Empresarial (ACE). Foram elaborados textos para as cartilhas de Gestão Ambiental, com os temas: “Lixo ou resíduo: conhecer e saber destinar”, “Limpeza e cuidados com os materiais utilizados nos laboratórios” e “Poluição do Ar” (em fase de finalização).

Por meio de ações comunicacionais, realizou-se a divulgação, a socialização das atividades do projeto de Gestão Ambiental, bem como de outros projetos e eventos realizados pela Embrapa, contribuindo assim para a melhoria da imagem da Empresa junto à sociedade.

Com este trabalho, procurou-se enfatizar a potencialidade do jornalismo em informar a população sobre a Embrapa, ciência e meio ambiente. A população necessita ter acesso às reportagens que apresentam os significados, as causas e as consequências dos temas abordados. Dessa forma, há um amplo mercado a ser descoberto e valorizado.

Agradecimentos

À Embrapa Amazônia Ocidental, pela oportunidade de realizar atividades na área de comunicação social; à Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado do Amazonas (Fapeam), pelo apoio financeiro e concessão da bolsa de pesquisa.

Referências

ALVIM, P.C.R. Comunicação da ciência. In: Comunicação para ciência, ciência para comunicação. Brasília, Embrapa Informação Tecnológica, 2003 (p.47-66).

BUENO, W.C. Jornalismo Ambiental: explorando além do conceito. Desenvolvimento e Meio Ambiente, n. 15, p. 33-44, jan./jun. 2007. Editora UFPR.

ELHAJJI, M. Por um jornalismo auto-reflexivo. In PAIVA, Raquel (org.). Ética, cidadania e imprensa. Rio de Janeiro: Mauad, 2002, págs. 117-131.

HENRIQUES, M. S. (org.). Comunicação e Estratégias de Mobilização Social. Belo Horizonte: Gênese, 2002.

LE COADIC, Y- F. *A Ciência da Informação*. Brasília: Briquet de Lemos, 2004.

LUFT, S. Jornalismo, Meio Ambiente e Amazônia: os desmatamentos nos jornais O Liberal do Pará e A Crítica do Amazonas. São Paulo: Annablume: Fapesp, 2005.

OLIVEIRA, F. de. Jornalismo Científico. São Paulo: Contexto, 2ª ed., 2007, 89p.

SILVA, Márcia Soares. Mídia e meio ambiente: uma análise da cobertura ambiental em três dos maiores jornais do Brasil. Rio de Janeiro: UFRJ, 2005. Dissertação de Mestrado em Comunicação e Cultura.

TRIGUEIRO, A. Meio ambiente na idade mídia. In: Meio Ambiente no Século 21. Rio de Janeiro: Sextante, 2003.

TRATADO DE EDUCAÇÃO AMBIENTAL. Conferência da Sociedade Civil na RIO 92. Rio de Janeiro, de 3 a 14 de junho de 1992. Disponível em: www.portal.mec.gov.br/secad/arquivos/pdf/educacaoambiental/tratado.