



29 a 31/05/2014 | UFRGS – Porto Alegre/RS | <http://www.enpja.com.br>

As representações sociais nos enquadramentos de notícias sobre as mudanças climáticas na imprensa brasileira

Robério Daniel da Silva Coutinho¹
Heitor Costa Lima da Rocha²
Laudiécio Ferreira Maciel da Silva³

Resumo: O trabalho reflete sobre as representações sociais nos enquadramentos das notícias da imprensa brasileira sobre as mudanças climáticas diante do desafio do desenvolvimento sustentável. O estudo é de cunho teórico-filosófico sobre o jornalismo e tem como subsídio empírico a análise da cobertura da imprensa nacional sobre o fenômeno do clima, realizada pela Agência de Notícias dos Direitos da Infância. Os resultados iniciais de nossa pesquisa, contudo, evidenciam uma praxe comunicativa reducionista e teleológica por conta das limitadas contextualizações socioambientais com o tema principal e por privilegiar representações sociais hegemônicas transmitidas através da seleção estrutural de fontes de notícias. A abordagem atenua a capacidade de entendimento da sociedade civil sobre a real dimensão do problema climático, reduzindo o poder comunicativo da sociedade para pressionar por constituição de ações políticas, legitimadas publicamente.

Palavras-Chave: Sustentabilidade. Imprensa. Mudanças climáticas. Jornalismo. Representação Social.

1. Introdução

O aumento da população mundial associado à necessidade alimentar, ao uso adequado e racional das matrizes energéticas e dos recursos hídricos, além das questões relacionadas ao avanço do mar e à erosão costeira, bem como aos problemas relacionados ao aquecimento global e às mudanças climáticas têm promovido uma ampla discussão e repercussão sobre a temática da sustentabilidade ambiental. A humanidade passou a considerar o meio ambiente como elemento

¹ Universidade Federal de Pernambuco, Mestrando em Comunicação, belcoutinho@gmail.com.

² Universidade Federal de Pernambuco, Professor da pós-graduação em Comunicação, helrocha@gmail.com.

³ Universidade Federal de Pernambuco, Mestrando em Educação, laudielciosilva@ig.com.br.



29 a 31/05/2014 | UFRGS – Porto Alegre/RS | <http://www.enpja.com.br>

indispensável à manutenção da vida humana no planeta, visto que a respectiva sobrevivência das gerações futuras está atrelada às condições ambientais e climáticas.

Todas as camadas sociais em todos os continentes falam a respeito. Este agendamento noticioso tem crescido ainda mais em decorrência da observação contemporânea no tocante à ampliação da intensidade e da frequência dos fenômenos climáticos. Estas condições atípicas no comportamento padrão do clima constituem-se como umas das evidências das novas mudanças climáticas no planeta.

O problema maior é que a mudança climática é de origem antrópica (IPCC, 2007). O homem tem sido o causador da alteração. A situação decorre do modo de consumo e o estilo de vida moderno. O homem foi capaz de mudar a estrutura físico-química da atmosfera e dos oceanos, promovendo uma nova era geológica. As catástrofes ambientais em função do fenômeno climático chama significativa atenção para os problemas ligados à temática, cujos quais têm consequências nas dimensões sociais, econômicas e políticas, a exemplo das transformações nos fenômenos atmosféricos que têm provocado secas severas, enchentes, ondas de calor e de frio, entre outros.

As mudanças do clima têm promovido uma intensa e extensa repercussão sobre a necessidade de práticas mitigatórias e de adaptação. Contudo, diante da complexidade do problema, é indispensável repensar até mesmo a noção de sustentabilidade. E para isso é necessário introduzir no seu arcabouço conceitual a “dimensão política, social, cultural e biológica” (REIGOTA, 2007, p. 222). No entanto, para validar a perspectiva, é preciso inserir a dimensão humana quando se pensa e fala na questão ambiental, superando a vertente tradicional centrada apenas no âmbito natural (fauna e flora). Neste viés, para a sociedade alcançar a compreensão superior, a categoria da comunicação deve também ser incorporada no bojo desse debate. A atenção voltada à ação comunicativa se faz necessária, visto que ela é a premissa fundamental para constituição de sentido sobre qualquer realidade interpretada e constituída pela sociedade.

Assim sendo, como diz REIGOTA (ibidem), é na produção e difusão de conhecimentos sobre a sustentabilidade que se dá o primeiro embate político para a sua concretização. Não obstante, a



29 a 31/05/2014 | UFRGS – Porto Alegre/RS | <http://www.enpja.com.br>

noticiabilidade das mudanças climáticas, um dos problemas socioambientais contemporâneos, que demanda uma maior compreensão sobre o problema, tem sido veiculado amplamente pela imprensa. Conforme revela a ANDI (2007), o respectivo agendamento da pauta cresce exponencialmente na imprensa brasileira, a partir da ocorrência do furacão Catrina, nos EUA, em 2005, seguido da divulgação do relatório sobre a alteração o clima (AR4)⁴, em 2007, do Painel Intergovernamental das Mudanças Climáticas (IPCC – sigla em inglês), organismo das Organizações das Nações Unidas (ONU).

A imprensa nacional introduziu e tem aprofundado a cobertura das mudanças climáticas (MCs) no debate da esfera pública. Este mecanismo é indispensável para promover o entendimento da sociedade sobre o referido problema, uma vez que, somente por meio do acesso à informação para todos, que passa a existir a possibilidade de transformar a realidade cotidiana em defesa da própria sociedade. Os atores sociais só podem agir numa dimensão pública, quando a eles é oferecida a oportunidade de conceber livremente e autonomamente uma perspectiva de interesse coletivo.

2. As representações sociais nas notícias sobre o maior dos problemas socioambientais

Levando em consideração que através da imprensa, as mudanças climáticas - dimensão mais urgente, mais grave e mais profunda da crise ambiental do século XXI (GIDDENS, 2010) - ganham maior audiência e tem sido cotidianamente agendadas, podendo colaborar para uma percepção adequada do desafio ambiental para a humanidade, bem como para o respectivo papel social diante do problema, o nosso estudo aborda os enquadramentos da referida noticiabilidade – mecanismo jornalístico que “conecta ideias dentro de uma notícia de tal modo que sugere uma interpretação particular de um assunto” (KWEON, 2000, p. 166) -, com o objetivo de apontar a contextualização

⁴ O AR4 foi dividido em quatro seções: a) sobre a base física científica das mudanças na atmosfera, o aquecimento planetário, o gelo, neve, geleiras, chuvas, oceanos, furacões, sobre os fatores que aquecem ou resfriam o planeta, a sensibilidade climática, projeções baseados em modelos para o futuro, o aumento na temperatura e no nível dos mares; b) sobre os impactos, as adaptações e a vulnerabilidade, tais como as atribuições das mudanças, as projeções, os ecossistemas, os alimentos e os sistemas costeiros; c) sobre a suavização das mudanças climáticas, tais como a mitigação das mudanças climáticas em curto, médio e longo prazo e d) uma síntese das três seções anteriores.



29 a 31/05/2014 | UFRGS – Porto Alegre/RS | <http://www.enja.com.br>

das representações sociais (leituras de mundo específicas por atores e grupos sociais) que estão sendo transmitidas.

O referido tratamento se faz necessário tendo em vista que o contato com o mundo externo (objetivo) ocorre pela representação desse mundo. “Por representação eu quero dizer um conjunto de estímulos feitos pelos homens, que têm a finalidade de servir como um substituto a um sinal ou som que não pode ocorrer naturalmente” (BOWER, 1977, p. 58). É, portanto, aquilo que passa a ter sentido real, mesmo não sendo necessariamente algo físico. Neste sentido, a representação orienta em direção “ao que é visível, como aquilo a que nós temos de responder; ou que relacionam a aparência à realidade; ou de novo aquilo que define essa realidade” (MOSCOVICI, 2003, p. 31-32).

Nesta perspectiva, a referida análise do enquadramento das notícias correlacionado à investigação das representações sociais das mudanças climáticas é indispensável para o debate do desenvolvimento sustentável. A ação se justifica porque pode auxiliar na identificação da produção da imprensa nacional sobre a cobertura socioambiental. Também colabora para evidenciar o(s) paradigmas jornalísticos exercitados na estruturação da pauta, bem como apresenta o nível de responsabilidade dos meios de comunicação com o bem-estar social.

A abordagem do nosso estudo é teórico-filosófica, porém, tem como subsídio de análise, o estudo empírico da cobertura da imprensa brasileira (50 principais jornais do país) sobre as mudanças climáticas, promovida pela Agência de Notícias dos Direitos da Infância (ANDI) e apoiada pela Embaixada Britânica (2007). A pesquisa avaliou uma amostra de 997 editoriais, artigos, colunas, entrevistas e matérias veiculadas entre 1º de julho de 2005 e 30 de junho de 2007.

3. A opinião pública e o agendamento/enquadramento das mudanças climáticas

A ampliação do agendamento das mudanças climáticas pela imprensa brasileira (ANDI, 2007) tem contribuído na publicidade de informação sobre a temática, favorecendo a promoção do debate socioambiental. A cobertura noticiosa tem estimulado a opinião da sociedade sobre a abordagem.



29 a 31/05/2014 | UFRGS – Porto Alegre/RS | <http://www.enpja.com.br>

Neste aspecto, é de fundamental relevância ressaltar que a opinião pública tem natureza e função política, pois cabe a ela “estabelecer os critérios gerais de organização e funcionamento das nossas sociedades, assumindo a sua forma uma exigência de legitimidade dirigida ao Estado e ao poder político em geral” (ESTEVEVES, 2010, p. 24).

Não obstante, por meio da opinião pública, legitima-se a busca por uma compreensão racional pelos valores, expectativas e desejos mais sustentáveis. Neste contexto, novas expressões e conceitos socioambientais ganham maior audiência e aceitação sociopolítica. A expressão ‘*agir local e pensar global*⁵’, a qual está sendo mais falada e debatida pela população, demonstra a repercussão dessa nova compreensão sobre a totalidade do problema ambiental, bem como sobre a respectiva necessidade de ações específicas, porém, interligadas globalmente. Outro exemplo é a conceituação do que é sustentabilidade⁶: ‘*ecologicamente correto, economicamente viável, socialmente justo e culturalmente diverso*’.

Frente ao exposto, a transmissão de notícias sobre as mudanças climáticas é indispensável, visto que “a transformação de hábitos da população e o incentivo de políticas públicas no tocante ao trato com o meio ambiente, são de ordem primeira e urgente, e o fomento da opinião pública sobre a abordagem passa pelos meios de comunicação...” (COUTINHO, 2010, p. 1). Assim, a imprensa brasileira tem contribuído para esse debate público, uma vez que introduz a temática para discussão coletiva.

No entanto, agendar o assunto não necessariamente implica na ampliação do debate crítico do problema. Para LIMA (2004, p. 94), uma concepção crítica surge quando é capaz de produzir reflexões e ações emancipatórias, por meio de uma consciência ambiental aonde associa as noções

⁵ “Pensar globalmente e agir localmente” se tornou discurso comum quando se discute meio ambiente. No caso da agenda de mudanças climáticas não é diferente. Embora políticas e diretrizes nacionais e internacionais sejam extremamente necessárias e essenciais para a mitigação e a adaptação ao fenômeno, a questão não dispensa um tratamento localizado (Para a Agência de Notícias dos Direitos da Infância – Andi).

⁶ O Conceito de Sustentabilidade é complexo, pois atende a um conjunto de variáveis interdependentes, mas podemos dizer que deve ter a capacidade de integrar as Questões Sociais, Energéticas, Econômicas e Ambientais (Wikipédia).



29 a 31/05/2014 | UFRGS – Porto Alegre/RS | <http://www.enpja.com.br>

de mudança social e cultural, de emancipação-libertação individual e social e de integração no sentido de complexidade da realidade social.

Assim sendo, a concepção supracitada é respectivamente estimulada quando a referida exposição noticiosa é feita de forma contextualizada para estimular uma consciência crítica da audiência, capaz de auxiliar na reflexão sobre a adoção de praxes adequadas com relação ao uso, trato e proteção dos recursos naturais, combate à fome e ao desenvolvimento humano, bem como sobre a redução da emissão de gases de efeito estufa, além de colaborar na avaliação sobre o consumo e na postura da governança sobre as mudanças climáticas. Afinal, a esfera pública é um ambiente da vida social onde se pode surgir a opinião pública e ela decorre da condição ideal quando os cidadãos agem como público em relação a assuntos de relevância para todos sem sofrerem limitações (HABERMAS, 1997, p. 105).

4. Vertentes jornalísticas na produção da percepção social

O enquadramento dado à notícia é fundamental para garantir o processo comunicativo adequado para promoção do debate social crítico sobre o assunto. É oportuno lembrar que aos *media* cabe a tarefa de tornar compreensíveis o que chamaríamos “realidade problemática” do mundo, ou seja, tornar plausível a transmissão dos acontecimentos distantes fisicamente da audiência, bem como a veiculação de fatos inesperados (HALL *et. al.*, 1999, p. 228). Portanto, o enquadramento da notícia é decisivo no processo da construção do entendimento sobre o tema, uma vez que ele oferece interpretações poderosas acerca da forma de compreender estes acontecimentos. Para o autor (*ibidem*), implícitas nessas interpretações, estão as orientações relativas aos acontecimentos e pessoas ou grupos nelas envolvidos. Neste processo, são transmitidas as visões de mundo e interesses dos envolvidos no processo noticioso, ou seja, as suas representações sociais.

Nesta perspectiva estrutural do jornalismo, que abriga na sua organização funcional um espaço privilegiado para a subjetividade dos envolvidos na elaboração noticiosa, o viés ideológico dos participantes tem guarida conseqüentemente. No entanto, mesmo diante deste fato, observa-se uma



29 a 31/05/2014 | UFRGS – Porto Alegre/RS | <http://www.enpja.com.br>

predominante cultura de aceitação social por uma vertente tradicional da mídia, na qual se constitui no paradigma conservador, constituído por uma pretensão de validade a cerca da objetividade e da imparcialidade jornalística. Porém, cabe analisar que esta pretensão se esvazia de sentido quando observado que o jornalismo é um campo profissional com significativo poder de formação da opinião pública, por meio da transmissão de notícias elaborada por jornalistas/editores e colaboradores de empresas de comunicação, os quais assim como qualquer outro cidadão, a exemplo da fonte jornalística, possui perfil singular e subjetivo, característica inata a todos os seres humanos.

Por outro lado, também é recorrente avaliar a imprensa como uma esfera superior ao próprio sistema social. Isso ocorre quando é creditada a ela uma capacidade de manipular automaticamente a opinião pública. Este viés se revela tão preocupante quanto o primeiro paradigma apresentado, na medida em que as particularidades do indivíduo e de grupos sociais e os respectivos contextos sociais nos quais estão inseridos são excluídos da análise sobre o processo comunicativo. Vale salientar que a comunicação é um processo de negociação permanente entre os participantes envolvidos. O conteúdo pode inclusive ser resignificado pela audiência, ou até descartado.

Não obstante, as vertentes supracitadas, as quais são mais legitimadas socialmente, apresentam uma particularidade no que tange a respectiva função social. Elas abrigam uma constituição elaborada prioritariamente para fins teleológicos, ou seja, são estruturadas para atingir finalidades específicas para além da função primeira do ato comunicativo (voltado para garantir o acesso à informação de forma contextualizada e diversificada para facilitar a compreensão de todos envolvidos no processo). Na verdade, tal singularidade dos paradigmas inverte a função originária da ação comunicativa para fins teleológicos. A racionalidade dessas vertentes tem sido estimulada principalmente pelo viés econômico e pela política de Estado (subsistemas sociais hegemônicos).

No entanto, diante da conjuntura, é oportuno ratificar a premissa originária do sentido social da comunicação, cuja qual tem como objetivo uma ‘racionalidade’ voltada ao entendimento mútuo e compartilhada cotidianamente entre os atores em sociedade (EPSTEIN, 2011). Para exercitar o



29 a 31/05/2014 | UFRGS – Porto Alegre/RS | <http://www.enpja.com.br>

referido processo, é necessário um ‘agir comunicativo’ (HABERMAS, 2012), que, epistemologicamente, concebe a comunicação enquanto processo de aprendizagem social, capaz de superar o entendimento reducionista, seja da problemática socioambiental e climática, seja de qualquer outra temática.

5. Ancorando a crise ambiental e climática para algo conhecido e concreto

Infelizmente, é preciso iniciar pontuando que a agenda principal da cobertura das mudanças climáticas na imprensa brasileira prioriza as pautas voltadas à remediação dos impactos ambientais, focada nas ações para reduzir as consequências do impacto, deixando marginalizada a agenda das medidas de adaptação humana diante do fenômeno do clima, ou seja, ações direcionadas à proteção dos ecossistemas, com fins de minimizar possíveis danos à sociedade (prevenção), bem como suas oportunidades de potencialidade. “Os veículos dão muito mais atenção à mitigação (41,7%) do que à adaptação (2,7%)” (ANDI, 2007, 7).

Assim sendo, não obstante, é oportuno dizer que, através de mecanismos que possibilitam aproximar o desconhecido por meio do pensamento baseado na memória e em conclusões passadas, a comunicação pode “ancorar ideias estranhas, reduzi-las a categorias e a imagens comuns, colocá-las em um contexto familiar” (MOSCOVICI, 2003, p. 60-61). Ela também pode “transformar algo abstrato em algo concreto, transferir o que está na mente em algo que existe no mundo físico” (ibidem). Em suma, o processo decorre do mecanismo de ancoragem de ideias/objetos associados a valores preestabelecidos e, posteriormente, pela objetivação dos mesmos.

Esses mecanismos transformam o não-familiar em familiar, primeiramente transferindo-o a nossa própria esfera particular, onde nós somos capazes de compará-lo e interpretá-lo; e depois, reproduzindo-o entre as coisas que nós podemos ver e tocar, e, conseqüentemente, controlar (MOSCOVICI, 2003, p. 61).



29 a 31/05/2014 | UFRGS – Porto Alegre/RS | <http://www.enpja.com.br>

Não obstante, “o conhecimento do senso comum é o conhecimento que eu compartilho com os outros nas rotinas da vida cotidiana. Ou seja, a realidade da vida cotidiana é partilhada com os outros” (VIZEU, 2004, p. 4). O autor concorda com BERGER e LUCKMANN (1995) ao dizer que a compreensão da vida cotidiana se apresenta como uma realidade interpretada pelos homens e subjetivamente dotada de sentido para eles na medida em que forma um mundo coerente. É o que HABERMAS (2012) chama de construção intersubjetiva da realidade.

Vale lembrar que “um acontecimento só ‘faz sentido’ se puder colocar num âmbito de conhecidas identificações sociais e culturais” (HALL, 1999, p. 225). Neste contexto, por meio de mecanismos do processo comunicativo, a imprensa é indispensável para identificar e contextualizar acontecimentos distantes do contato físico das pessoas. Convém dizer que “o processo de significação – dando significados sociais aos acontecimentos – tanto assume como ajuda a construir a sociedade como um ‘consenso’” (ibidem).

Sendo assim, o jornalismo tem um papel crucial neste processo, tendo em vista que “os acontecimentos, enquanto notícias, são regularmente interpretados dentro de enquadramentos que derivam, em parte, desta noção de consenso enquanto característica básica da vida cotidiana” (HALL, 1999, p.227). As notícias “são elaborados através de uma variedade de “explicações”, imagens e discursos que articulam o que o público supõe pensar e saber da sociedade” (ibidem).

Assim sendo, infelizmente, conforme investigou a Agência de Notícias dos Direitos da Criança (2007), existem outras limitações nas notícias da imprensa nacional sobre as mudanças climáticas. O estudo mostrou que não chegam a 15% os textos que enquadram o debate sobre as alterações climáticas à agenda mais ampla do desenvolvimento. Um dos principais problemas para o desenvolvimento socioambiental, por exemplo, está na tendência de mostrar uma parte da crise como se fosse a totalidade. “A imprensa refere-se mais à expressão “aquecimento global” (70% dos casos) do que à ideia de Mudanças Climáticas (30%), isto é, toma a parte pelo todo” (ANDI, 2007, p. 5).



29 a 31/05/2014 | UFRGS – Porto Alegre/RS | <http://www.enpja.com.br>

Nesta perspectiva, o enquadramento contribui para significar e resignificar a percepção social sobre a temática, priorizando visões sociais específicas (representações sociais), uma vez que “o social é subjetivo e objetivo ao mesmo tempo” (JOVCHELOVITCH, 2000, p. 180). Este artifício, diz a autora, engendra em sua dinâmica, determinantes históricos, políticos e econômicos que restringem e estreitam as possibilidades de ação humana. Assim, os processos de identificação, contextualizações e enquadramentos da mídia, elaborados por mecanismos de ancoragem e objetivação, tem estimulado a constituição de representações sociais diante da noticiabilidade.

6. A naturalizada noticiabilidade do desenvolvimento sustentável

A partir do final de 2006, a imprensa brasileira passou a cobrir de forma significativa as mudanças climáticas, um dos principais temas correlato à discussão da sustentabilidade (ANDI, 2007, p. 50). Mas além das discussões sobre as mudanças climáticas e o aquecimento global, outros temas ambientais também acompanham a crescente cobertura da imprensa sobre uma conscientização ambiental, a exemplo de pautas sobre a finitude dos recursos naturais, a proteção da natureza, dentre outros. A noticiabilidade é tamanha que a constituição de sentido social (consciência) sobre o desenvolvimento sustentável induz pressupor ser algo pretensamente humano, ou melhor, como se fosse uma questão inata do ser humano.

No entanto, é preciso desnaturalizar qualquer ideia a esse respeito, visto que esta não é bem a ‘verdade’ sobre a questão da consciência ambiental. É oportuno voltar um pouco na história para lembrar que, originalmente, as preocupações relacionadas ao meio ambiente no cenário mundial surgem justamente pela ampliação da capacidade destrutiva da natureza pelo homem durante o processo de industrialização no final da década de 1940 e começo de 1950 (OSCAR, 2006). É neste contexto socioeconômico, que o debate institucionalizado sobre a proteção ambiental começa a nascer no planeta. Ele surge através de um grupo de cientistas ligados à ONU.

A humanidade ao longo de sua ‘evolução’ não se limitou diante das condições naturais, mas o contrário. O extrativismo e a exploração dos recursos naturais sempre acompanharam o ‘desenvolvimento’ da sociedade. Não por acaso que a esfera econômica atribuída à sustentabilidade



29 a 31/05/2014 | UFRGS – Porto Alegre/RS | <http://www.enpja.com.br>

é o principal viés político, institucionalizado por corporações comerciais e poderes públicos, os quais são agendados, contextualizados e enquadrados pela imprensa. Portanto, reflete a respectiva relação histórico-cultural hegemônica da organização social em torno da natureza.

O desenvolvimento sustentável, quando enunciado neste viés comercial, tem sido classificado como um mercado, inclusive, com significativo potencial financeiro. Assim, a proteção ambiental torna-se apêndice dos ‘negócios verdes’⁷, atendendo potencialmente aos interesses sociais hegemônicos, os quais são reverberados amplamente pela imprensa. A economia verde é uma realidade contemporânea, porém, ainda assim, vale apontar um problema para reflexão: ela é a mercantilização da natureza ou a racionalidade ambiental? Bom, não temos a pretensão de responder, porém, sinalizamos que a economia verde foi inclusive, um dos temas principais da pauta da Conferência das Nações Unidas sobre o Desenvolvimento Sustentável (Rio+20), em 2012, realizada no Brasil. A temática foi incluída junto aos problemas da erradicação da pobreza no mundo.

Neste contexto, é preciso informar que os problemas ambientais não são desvinculados da pobreza socioeconômica. A posição é ratificada quando observada as práticas de indústrias extrativistas e da agroindústria limitando o desenvolvimento rural sustentável – vital para o combate à fome; problemas de degradação do solo e desertificação e os imigrantes do clima⁸. Também é importante destacar os problemas ambientais urbanos que tem relação com a concentração humana oriunda do êxodo rural; consumo excessivo que promove significativo impacto nos recursos naturais; bem como a vulnerabilidade das populações mais pobres diante das mudanças climáticas. O cenário evidencia as tensões sociais existentes diante da questão da sustentabilidade planetária, bem como da respectiva responsabilidade da imprensa na cobertura da conjuntura em crise.

⁷ Economia de mercado que prioriza negócios a partir da racionalização do uso de recursos naturais. São negócios lucrativos. O Ranking da Revista Forbes divulgou em 2012, lista de empresários que fazem fortunas investindo em tecnologias limpas e energia renovável (<http://exame.abril.com.br/meio-ambiente-e-energia/noticias/7-multimilionarios-dos-negocios-verdes-pelo-mundo#6>).

⁸ São deslocamentos migratórios de populações vinculados aos efeitos das mudanças climáticas (<http://www.acnur.org/t3/index.php?id=212>).



29 a 31/05/2014 | UFRGS – Porto Alegre/RS | <http://www.enpja.com.br>

7. A tematização e as vozes das mudanças climáticas na imprensa brasileira

A imprensa tem significativa contribuição para a constituição de sentido social sobre a crise ambiental e climática, bem como suas consequências às pessoas. A enunciação pode contribuir para estimular a atenção da sociedade civil frente aos desafios socioambientais para garantir um mundo mais sustentável. É a partir de suas enunciações associadas aos seus contextos (BAKHTIN, 1981), observados nas comunicações cotidianas sobre o fenômeno do clima, o qual tem sido bastante agendado pela mídia, que a sociedade civil pode mobilizar vontade política, transformando-se em esfera pública política (HABERMAS, 1997), qualificando-a para pressionar o poder do Estado para adotar medidas proporcionais ao respectivo sentido social dado ao fenômeno do desenvolvimento sustentável.

Dessa forma, o tema da sustentabilidade a partir da discussão das mudanças climáticas e sua conexão social, política e econômica necessita, portanto, de uma ampla cobertura da imprensa, visto que é função do jornalismo a “seleção de um tema e sua colocação no centro da atenção pública” (ALSINA, 2009, p. 192). A “tematização serve para que a opinião pública diminua a complexidade social e faz com que seja possível a comunicação entre os diversos sujeitos, destacando os temas em comum mais importantes” (ibidem). Neste viés, a sustentabilidade socioambiental se justifica na referida condição por sua significativa importância para a vida em coletividade, ou seja, associada às grandes questões envolvendo problemas político, econômico, culturais, de costumes e morais.

Nesta perspectiva, a sustentabilidade do planeta deve estar no centro da discussão da imprensa. Contudo, vale ratificar que, desde o final da década de 1940, mediante o processo de industrialização mundial, a temática ambiental sempre esteve na plataforma política dos movimentos socioambientais internacionais, mas, que, contemporaneamente, tem sido incorporada nos discursos de governantes e empresários, cujos quais têm recebido ampla repercussão dos meios de comunicação, na condição de fontes jornalísticas.



29 a 31/05/2014 | UFRGS – Porto Alegre/RS | <http://www.enpja.com.br>

Neste quesito, a diversidade das vozes consultadas para elaboração de notícias sobre as mudanças climáticas também foi objeto de análise da pesquisa da ANDI (2007) sobre a respectiva cobertura em 50 jornais brasileiros. A fonte é um dos elementos importantíssimo para a construção da notícia, por consequente, também para a constituição de sentido sobre a abordagem transmitida, a qual é elaborada a partir da representação social selecionada para elaboração da notícia. Afinal, a fonte é o elo entre o acontecimento e a notícia, indispensável para a construção da realidade jornalista (ALSINA, 2009, p. 162).

Assim sendo, a ANDI (2007) observou que há certa diversidade de fontes ouvidas, porém, com destaque para poderes públicos, especialistas, técnicos e universidades, empresas não estatal e governos estrangeiros. Infelizmente, sequer os movimentos sociais aparecem na investigação. Para piorar, “menos de 10% dos textos trazem opiniões divergentes e um volume não desprezível (quase 30%) não explicita as fontes” (p. 7).

8. A invisibilidade dos problemas socioambientais diante dos definidores primários

A visibilidade social é crucial para garantir que a atenção pública e política incidam sobre a referida temática e posições específicas. Para CARVALHO (2011, p. 44), “a visibilidade pública e política de uma determinada matéria ou domínio está dependente do fato de determinados agentes denunciarem o problema, falarem sobre o seu significado e o constituírem discursivamente como um risco”. Neste aspecto, a invisibilidade social de atores e grupos excluídos do processo de constituição de sentido social através da esfera midiática, tornar-se outro significativo problema ambiental.

Não obstante, para evitar qualquer conclusão ‘conspiratória’ sobre o poder deliberado e autônomo da mídia neste processo diminuto da visibilidade na dimensão socioambiental da sustentabilidade, com destaque para as populações mais vulneráveis economicamente, vale destacar que a imprensa não cria acontecimentos. Na verdade, dependem deles, bem como de fontes creditadas e representativas para descrição do fato, acontecimento, evento ou da temática para poder



29 a 31/05/2014 | UFRGS – Porto Alegre/RS | <http://www.enpja.com.br>

transformar em notícia, cuja qual ocorre através de regras específicas das rotinas produtivas do jornalismo, que são orientadas pela perspectiva da ‘neutralidade’, ‘imparcialidade’ e da ‘objetividade’. É neste processo, legitimado pela pretensão da credibilidade (seja dos media, seja das fontes) onde se abre um espaço para apropriação de sentido a favor da reprodução do poder hegemônico, uma vez que acabam servindo “para orientar poderosamente os *media* nas ‘definições da realidade social’, que as suas ‘fontes acreditadas’ – os ‘porta-vozes’ institucionais – fornecem” (HALL, 1999, p. 229).

Nesta perspectiva, onde se observa o poder da fonte para dar valor positivo (crédito) à notícia, com destaque às fontes com posições poderosas ou de elevado *status* na sociedade, revela-se, o respectivo poder delas na constituição de sentido social através da imprensa. Nesta “preferência estruturada dada pelos *media* às opiniões dos poderosos é que estes ‘porta-vozes’ se transformam no que se apelida de definidores primários de tópicos” (HALL, 1999 p. 229), ou seja, as fontes tem o poder para selecionar as notícias e seus enquadramentos.

A partir dessa premissa, as notícias são guiadas por tal enquadramento dominante, inclusive, limitando as opiniões divergentes (das representações sociais não hegemônicas), visto que quando consultadas, elas se detêm a contraposição da posição inicial, ou ainda podem ser classificadas como impertinente por ter fugido do assunto, caso se contraponham à padronização organizada. Tudo isso acontece no momento da produção jornalística. Assim, conclui HALL (1999, p. 230-231), nesta relação estruturada – entre os media e as suas fontes poderosas –, onde os media colocam-se numa posição de subordinação estruturada aos definidores primários, é que se começa a esclarecer a questão negligenciada do papel ideológico dos media.

9. Os discursos ambientais num mundo em busca do desenvolvimento sustentável

Não obstante, ao estudar os discursos de diferentes atores sociais sobre as mudanças climáticas, um dos problemas socioambientais mais delicados e atuais, CARVALHO (2011, p. 50) expõe os principais agrupamentos de discursos ambientais contemporâneos, e, a partir desta sistematização,



29 a 31/05/2014 | UFRGS – Porto Alegre/RS | <http://www.enpja.com.br>

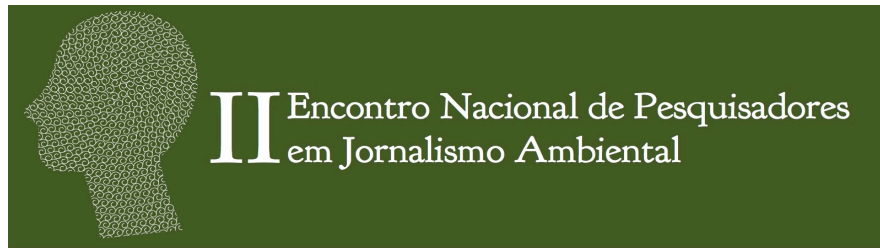
podemos inferir observações pertinentes ao estudo das representações sociais nos enquadramentos da imprensa nacional sobre as mudanças climáticas. Dos três grupos de discursos catalogados, dois deles apresentam a representação do viés econômico. O foco na economia também foi observado na pesquisa realizada pela ANDI (2007). A perspectiva aparece em 20% dos textos que trazem a econômica como principal ângulo da reflexão sobre o problema do clima (p.38).

Na pesquisa de CARVALHO (2011), é oportuno destacar que o viés econômico só não aparece em todos os três grupos de discursos ambientais porque o último deles está classificado nos “discursos radicais”. Nestes, há uma representação constituída através de um total desligamento da ordem sociopolítica vigente, uma vez que a resolução da crise ambiental é concebida ou por meio da plena mudança da consciência humana (“romantismo verde”), ou por acreditar na mudança estrutural e política da sociedade (“racionalidade verde”). Nesta perspectiva, conseqüentemente, os discursos radicais tentam abstrair a força do poder econômico tanto na constituição da materialidade do sentido nas mentalidades, bem como na formação estrutural e política da sociedade. Porém, se assim fosse possível, seria um fato inédito na organização coletiva da história da humanidade.

Em relação aos outros dois grupos de discursos ambientais sistematizados, o viés econômico é dominante. Eles são classificados como reformistas orientados para a resolução de problemas e como discursos de sustentabilidade. Quatro dos cinco tipos de discursos que compõem os grupos apresentam a esfera econômica como fator de resolução dos problemas ambientais, seja sozinho (um caso - “racionalidade econômica”), seja de forma compartilhada (“desenvolvimento sustentável”, “modernização ecológica” e “racionalidade administrativa”).

Vale ressaltar que, no discurso denominado como “racionalidade administrativa”, o viés econômico não aparece citado em sua classificação original, mas é importante lembrar que ele é parte integrante, visto que o discurso está focado no poder do Estado para resolução da crise ambiental, é tal sistema do poder público está imbricado na esfera econômica.

Porém, abordar a econômica nas discussões ambientais não implica fazer o debate de forma crítica à altura da crise ambiental e climática. Para tal finalidade, é preciso contextualizar a



29 a 31/05/2014 | UFRGS – Porto Alegre/RS | <http://www.enpja.com.br>

discussão, a fim de possibilitar a visibilidade positiva do investimento na natureza e no homem a partir da economia. Os recursos financeiros quando voltados para mitigação e adaptação dos efeitos do fenômeno climático na dimensão socioambiental podem ser observados como investimento e não como custo (desperdício), na medida em que as ações preventivas são mais eficientes e econômicas que ações para atenuar as consequências dos impactos nocivos das mudanças climáticas.

Infelizmente, a discussão econômica nas pautas da imprensa nacional sobre as mudanças climáticas é elaborada de forma reducionista (ANDI, 2007), reduzindo a constituição de sentido superior sobre a racionalização econômica para o desenvolvimento socioambiental da humanidade. Apenas 8% sublinham oportunidades; 7% abordam benefícios econômicos; 6% trazem uma reflexão sobre os padrões de consumo das sociedades contemporâneas; 2,2% dos textos relacionam o tema com impactos no PIB; e 2,3% mencionam modelos econômicos (p. 38-39).

Não obstante, voltando à pesquisa de CARVALHO (2011) sobre as representações sociais das mudanças climáticas, a dimensão econômica não aparece descrita no quinto discurso ambiental (“racionalidade democrática”) identificado pelo estudo. No entanto, a economia não pode ser desprezada, visto que está estruturalmente inserida na sociedade. No entanto, a força deste discurso (poder comunicativo) está condicionada à autonomia da sociedade civil através da constituição de uma esfera pública política. Nesta perspectiva, ratifica-se a possibilidade dela “transformar-se em poder comunicativo e infiltrar-se numa legislação legítima (...). capaz de legitimar decisões políticas” (HABERMAS, 1997, p.105).

Não obstante, através da cobertura das mudanças climáticas que tem sido realizada pela imprensa brasileira, é relevante identificar a tendência contrária para estimular o exposto acima. De todos os textos pesquisados sobre a temática, apenas 13% correlacionaram a temática com uma agenda mais ampla para o desenvolvimento e o crescimento (ANDI, 2007, p. 40). Enquanto 86,9% não mencionam a estratégia de desenvolvimento frente ao desafio das mudanças climáticas, a correlação com o desenvolvimento social e humano aparece somente em 0,2% da amostra da



29 a 31/05/2014 | UFRGS – Porto Alegre/RS | <http://www.enpja.com.br>

pesquisa, seguidos pelo desenvolvimento econômico (1,2%), crescimento econômico (2,6%) e desenvolvimento sustentável (9,1%).

10. Campo de batalha para constituição de sentido público e político da sustentabilidade

Diante do apresentado nas pesquisas (ANDI, 2007; CARVALHO, 2011), evidencia-se o campo de batalha assimétrico das forças sociais em torno da constituição de sentido por meio de suas representações sociais sobre as mudanças climáticas diante o desafio da sustentabilidade socioambiental nos respectivos discursos e notícias. Frente à conjuntura, o papel da imprensa só aumenta, porque ela pode colaborar para manter o sentido social do quadro atual, ou pode contribuir para construção social da realidade numa perspectiva capaz de “desnaturalizar” a referida noticiabilidade ambiental e climática.

“A própria consciência só pode surgir e se afirmar como realidade mediante a encarnação material em signos (fenômenos do mundo exterior)” (BAKHTIN, 1981, p. 31). Ou seja, para se alcançar entendimento mínimo sobre o fenômeno é preciso dar sentido real ao mesmo. Só assim, através de sua circulação no meio social, ele gera ações, reações e novos signos, produzindo, conseqüentemente, efeitos reais. O entendimento coletivo social decorre da significação, portanto, é pela constituição de sentido que se torna possível garantir ‘consensos’ em prol ou contra entendimentos particulares e, por conseguinte, mobilizações necessárias.

Dessa forma, a consciência e a mobilização sociopolítica podem ser tolhidas ou estimuladas a partir da significação dada aos acontecimentos. Não obstante, vale salientar que os acontecimentos do mundo chegam à sociedade por meio dos discursos dos meios de comunicação. Diante da conjuntura, por meio da transmissão de notícias, evidencia-se o papel destacado dos media para a humanidade, visto a respectiva capacidade de estimular na constituição de sentido em prol de mobilização/acomodação em direção para a transformação/manutenção política do mundo cotidiano.



29 a 31/05/2014 | UFRGS – Porto Alegre/RS | <http://www.enpja.com.br>

No entanto, contemporaneamente, o paradigma tradicional do jornalismo, ancorado na pretensão da verdade, tem limitado debates políticos sobre o ‘desenvolvimento’ socioambiental sustentável, atenuando o surgimento de pressões sociais capazes de demandar práticas ambientais condizentes à defesa ecológica, compreendida nas questões culturais, sociais, econômicas e políticas. Vale ressaltar que a força da mídia se constitui justamente no poder de significar eventos de uma maneira particular (HALL, 1982, p. 299). Tais significações, conforme pontua o autor, “invadem questões sociais controversas e conflitantes como uma força social real e positiva, afetando os seus resultados” (ibidem).

Não por acaso que, conforme concluíram especialistas da área socioambiental, em especial de setores ligados a organismos da sociedade civil, foram tímidas as negociações da maior conferência mundial sobre a sustentabilidade (Rio+20). Para o *Fórum Internacional do Meio Ambiental*⁹, a materialização de medidas políticas à erradicação da pobreza, segurança alimentar e nutricional, água, energia e cidades sustentáveis foram subjulgadas frente à vontade das maiores potências econômicas e grandes corporações. “Contrariando ao movimento ecológico mundial, o modelo econômico se mantém pautado no crescimento a qualquer custo, priorizando-se os bens de consumo e agravando a qualidade de vida e ambiental...” (ibidem).

Diante do exposto, a sociedade precisa se envolver mais com a temática, compreendo-a como vital também para a sua sobrevivência, porque é da natureza que vem o alimento, a água e os produtos manufaturados. O desenvolvimento sustentável demanda praxes ambientais, sociais, econômicas e políticas condizentes às mudanças de paradigmas necessárias à sustentabilidade planetária que passam pela conscientização humana, logo, por uma apreensão e compreensão maior da questão, portanto, faz-se necessário uma mudança também no paradigma e praxe do jornalismo, objetivando uma comunicação aberta a críticas e voltada para o entendimento compartilhado enquanto processo comunicativo.

⁹ O Fórum, que teve sua 3ª edição em 2012, em João Pessoa, no Brasil, tem como objetivo sensibilizar e mobilizar os diversos setores da sociedade para assegurar uma agenda ambiental comprometida com a conservação da biodiversidade e o desenvolvimento ecologicamente e socialmente equilibrado (<http://www.conferenciadaterra.com/>).



29 a 31/05/2014 | UFRGS – Porto Alegre/RS | <http://www.enpja.com.br>

Nesta perspectiva, ‘O futuro que queremos’ – título do documento das negociações realizadas na Rio+20 – só será realmente sustentável e sustentado quando revelar as tensões sociais e interesses que engendram o pano de fundo cultural da humanidade. Inclusive, se comparada à origem da humanidade na Terra, o debate acerca da consciência ambiental ainda é muito jovem, mas, indiscutivelmente, o futuro que queremos dependerá exclusivamente da transformação social, e, a respectiva mudança, passa pelo crivo do entendimento social, no qual os meios de comunicação podem contribuir significativamente.

Referências

ALSINA, Miguel Rodrigo. **A construção da notícia**. Petrópolis: Vozes, 2009;

ANDI. Agência de Notícias dos Direitos da Infância. **Mudanças Climáticas na Imprensa Brasileira: uma análise de 50 jornais no período de julho de 2005 a junho de 2007**. Brasília, DF, 2007;

BAKHTIN, Mikhail. **Marxismo e Filosofia da Linguagem**. São Paulo, Hucitec. 1981;

BERGER, P., LUCKMANN, T. **A construção social da realidade**. 12ed. Petrópolis: Vozes, 1995. p.248;

BOWER, T. **The perceptual world of the child**. Londres: Fontana, 1977;

CARVALHO, Ana Bela. **As alterações climáticas, os média e os cidadãos**. Coimbra: Gracio Editor, 2011;

COUTINHO, R.D.S; LACERDA. F.F. Mudanças Climáticas e Mídia: um estudo de caso em Pernambuco. In: **CONGRESSO BRASILEIRO DE METEOROLOGIA**, 16., 2010, Belém. Anais/artigos/88_75699. Belém: Centro de Convenções, 2010;

EPSTEIN, Isaac. **Ciência, poder e comunicação**. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antônio (org.). Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação. 2. ed. – 5 reimpr. – São Paulo: Atlas, 2011;

ESTEVES, João Pissarra. **Opinião Pública**. In: CORREIA, J.C., FERREIRA, G.B., ESPÍRITO SANTO, P. Conceitos de Comunicação Política. Corvilhã: LabCom Books, 2010;

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



29 a 31/05/2014 | UFRGS – Porto Alegre/RS | <http://www.enpja.com.br>

HABERMAS, J. The public sphere. In: Robert E. Goodin and Philip Pettit (eds), **Contemporary Political Philosophy: An Anthology**, Oxford: Blackwell Publishers, 1997;

_____. **Direito e democracia**: entre facticidade e validade, volume II / Jurgen Habermas; tradução: Flávio Beno Siebeneichler. – Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1997.

_____. **Teoria do agir comunicativo, 2**: sobre a crítica da razão funcionalista / Jurgen Habermas; tradução Flávio Beno Siebeneichler. – São Paulo : Editora WFM Martins Fontes, 2012;

HALL, Stuart. **A redescoberta da “ideologia”**: o retorno do recalcado nos estudos de mídia. In *Culture, society and the media*. Methuen & Co, 1982, p. 56-90;

HALL, Stuart; CHRITCHER, Chas; JEFFERSON, Tony; CLARKE, John; ROBERTS, Brian. A produção social da notícia: o *mugging* nos *media*. In: TRAQUINA, Nelson. **Jornalismo**: questões, teorias e “estórias”. Lisboa: Vega, 1999;

IPCC. **Impacts, Adaptation and Vulnerability**: Contribution of Working Group II to the Third assessment report of the Intergovernmental Panel on Climate Change. Cambridge University Press, Cambridge, 2007;

JOVCHELOVITCH, S. Representações sociais e esfera pública. In: Jovchelovitch, S. **A construção simbólica dos espaços públicos no Brasil**. Petrópolis: Vozes, 2000. p. 175-225;

KWEON, Sanghee. **A framing analysis**: how did three U.S. news magazines frame about mergers or acquisitions? *Journal of Media Management*, vol. 2., n III/IV, 2000, p. 165-177;

LIMA, Gustavo Ferreira da Costa. Educação, emancipação e sustentabilidade: em defesa de uma pedagogia libertadora para a educação ambiental. In: **Identidades da educação ambiental brasileira** –, Brasília: Ministério do Meio Ambiente, 2004;

MOSCOVICI, Serge. **Representações sociais**: investigações em psicologia social / Serge Moscovici ; editado em inglês por Gerard Duveen ; traduzido do inglês por Pedrinho A. Guareschi. – Petrópolis, RJ : Vozes, 2003;

OSCAR. Sérgio Cândido de. **A Produção sobre Educação Ambiental nos Mestrados em Educação de Seis Universidades Fluminenses no Período 1995-2005**. Dissertação de Mestrado. Universidade Católica de Petrópolis. Petrópolis, 2006;



29 a 31/05/2014 | UFRGS – Porto Alegre/RS | <http://www.enpja.com.br>

REIGOTA, Marcos Antonio dos Santos. Ciência e sustentabilidade: a contribuição da educação ambiental. In: **Revista de Avaliação da Educação Superior**, Campinas;Sorocaba, v. 12, n. 2, p. 222, jun. 2007;

VIZEU, Alfredo. Jornalismo e representações sociais: algumas considerações. In: **Revista Eletrônica da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (Ecompós)**, v.1, dez. 2003. Disponível em: <http://www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/viewFile/18/19/>>. Acesso em: 20 de mar. 2013.