



II Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo Ambiental

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

Mudanças Climáticas na Televisão: um estudo de recepção no Brasil

Bárbara Marranquiel Henriques¹

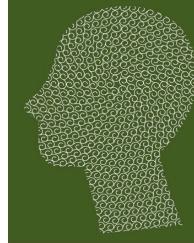
Resumo: Este artigo realiza uma revisão teórica sobre a questão do aquecimento global e do jornalismo ambiental aqui no Brasil. A partir de uma observação diária, percebe-se a importância da informação para que o sujeito tenha a opção de escolher o mundo em que ele quer viver. Através de dois grupos focais, fez se o levantamento de dados qualitativos a respeito do consumo e hábitos adotados pelos participantes dos grupos. Recorreu-se a reportagens transmitidas pelo Fantástico, através da emissora Globo como fator estimulante do diálogo entre os indivíduos. Utilizando a metodologia da observação participativa e associação livre de palavras conseguiu-se comprovar que existem conceitos enraizados nos cidadãos que partem da mídia e então, neste artigo conclui-se que a mesma deve ter conhecimento da sua parcela de responsabilidade no âmbito de formação de sujeitos ambientalmente conscientes.

Palavras-Chave: Jornalismo Ambiental. Aquecimento Global. Recepção. Conscientização. Meio Ambiente.

1. Introdução

O tema central deste artigo é a percepção das pessoas em relação às mudanças climáticas e a influência da televisão. Aqui, observamos a maneira que as pessoas tratam as questões relacionadas ao meio ambiente, dando ênfase para as mudanças no clima e a prática do jornalismo ambiental. Através da pesquisa realizada, percebemos o crescente interesse das pessoas acerca do Meio Ambiente, porém também conseguimos analisar a carência de informações relevantes sobre ações efetivas que pudessem ser tomadas a fim de colaborar na mitigação dos problemas ambientais.

¹ Graduada em Comunicação Social: Jornalismo, através do Centro Universitário Franciscano, mestre em Informação e Jornalismo através da Universidade do Minho (Portugal). Atualmente, pós-graduanda em Educação Ambiental pela Universidade Federal de Santa Maria (RS). E-mail: barbarajornal@hotmail.com.



II Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo Ambiental

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

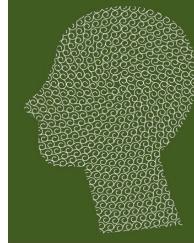
Sobre o Jornalismo Ambiental propriamente dito, convidamos os participantes de nossa pesquisa a analisarem criticamente as informações jornalísticas que chegavam às suas casas através da televisão. E, com relação às Mudanças Climáticas, devido à amplitude do tema e as incertezas que ainda o cercam, delimitamos o problema entre a política e a economia, na busca de soluções que, ao menos, amenizem o problema.

Como ponto de partida, este artigo discorre sobre a capacidade do indivíduo em pensar sobre as mudanças climáticas, analisando criticamente seus próprios padrões de consumo. Também, por sabermos que alguns sentimentos já enraizados na sociedade partem da mídia, defendemos a responsabilidade que a mesma tem e notamos a importância de aprofundarmos nossos estudos neste ponto, para entendermos até que ponto a mesma coopera para a conscientização da sociedade diante do Meio Ambiente.

Neste estudo, verificamos o sentimento de impotência que os sujeitos têm ao pensar sobre o futuro do nosso planeta, o que faz com que as informações a respeito das mudanças do clima na Terra sejam colocados em planos secundários e que a vida cotidiana siga com os mesmos hábitos de consumo e mesmos costumes, não se sentindo responsável pelos seus próprios atos e perdendo a noção de que somado à outros milhões de habitantes, a busca de um alto padrão de vida pode ser desastrosa.

Existem algumas manifestações bastante específicas na televisão em relação às mudanças climáticas e, para este estudo optamos por verificar como as pessoas analisaram a série de reportagens “Terra: Que Tempo é Este?”, exibida na Rede Globo, através da Revista Eletrônica “Fantástico” no final do ano de 2010. Por se tratar de um espaço relativamente grande (e incomum) dedicado a esta temática, se tornou interessante avaliar a percepção das pessoas diante das informações veiculadas, repassando novamente a reportagem dedicada ao Brasil, obedecendo ao critério da proximidade.

Este artigo contribui para o aumento dos estudos das questões relativas ao Meio Ambiente e ao Jornalismo e ainda, colabora no entendimento das relações existentes entre a mídia e os cidadãos, buscando auxiliar tanto no dia a dia do jornalismo e no seu modo de produzir matérias e nos sujeitos acerca de seus padrões de consumo.



II Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo Ambiental

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

2. Aquecimento Global: Inimigo Oculto

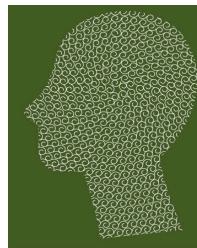
Para iniciarmos a tratar sobre a questão central deste artigo, faz-se importante abordarmos a problemática do Aquecimento Global, uma vez que mesmo que seja senso comum que grande parte da população mundial já ouviu falar ao menos uma vez sobre as mudanças climáticas e aquecimento global, e que apesar de o discurso dos cidadãos seja em torno das mudanças dos padrões de consumo e hábitos pessoais e de grandes indústrias, há uma grande reluta quando a idéia é agir. Anthony Giddens, em *A Política da Mudança Climática* (2009) indica que os problemas relacionados às mudanças climáticas não são palpáveis e por este motivo, por mais sérios e assustadores que possam ser, muitas pessoas seguem suas vidas cotidianas sem realizar nenhuma modificação que possa mitigar os danos ao Meio Ambiente.

Também, o jornalista ambiental pós-graduado em Gestão Ambiental pela UFRJ, André Trigueiro aborda a problemática de consumirmos mais do que o planeta tem capacidade de absorver o lixo gerado. E isto, em termos práticos, significa a emissão de diversos compostos químicos contidos em produtos, como por exemplo: o carbono (liberado através da queima de combustíveis fosseis, madeira e em solventes) que segundo o IPCC, 2007, é o principal gás do efeito estufa e que vem demonstrando níveis de concentração na atmosfera consideráveis comparados a dados obtidos antes da Revolução Industrial

Enrique Leff, ambientalista mexicano, elucida que existe uma relação entre produzir e consumir a energia que há no planeta, ele explica que “toda a matéria e energia que se transforma e se consome tem como resultado processos de degradação irreversíveis, e a forma última de degradação da matéria e energia no planeta Terra que hoje está ativada sobre tudo pelo sistema econômico é o aquecimento global”. (LEFF, 2010, p. 89)

O autor vai ainda mais longe, ao retratar que além da problemática do processo de industrialização abordado acima, existe outra fonte de calor proveniente da lei da entropia:

O processo econômico produz calor pelo consumo de natureza, que se degrada em calor obedecendo à segunda lei da termodinâmica; uma economia em crescimento produz mais calor, e quando isso está associado à destruição das florestas, que captam o dióxido de carbono, a entrada de energia solar combina-se com a produção econômica de calor que é aprisionado pelos gases de efeito estufa, gerando o aquecimento da atmosfera, que está provocando uma sequência de catástrofes ecológicas e desastres socioambientais de frequência e intensidade crescentes. (LEFF, 2010, p.89)



II Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo Ambiental

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

Podemos então nos questionar o motivo pelo qual todo o ser humano que tenha contato com estes dados não muda seus comportamentos em relação ao consumo. Para Al Gore, isto ocorre porque as mudanças no estado das coisas ocorrem gradativamente e isto faz com que fiquemos parados, estáticos diante dos problemas ambientais (GORE, 2006, p. 255).

Igualmente, estudos indicam que estarmos informados sobre o Meio Ambiente não é o suficiente para estarmos comprometidos com o problema. Segundo as autoras Irene Lorenzoni, Sophie Nicholson-Coleb e Lorraine Withmarsh, para que o ser humano esteja comprometido, motivado e apto a agir, ele precisa realmente se importar com estas questões, levando em consideração que “aspectos de cognição, afeto e comportamento são em maioria parte de uma produção de contextos sociais e institucionais” (LORENZONI *et al.*, 2007, p. 446).

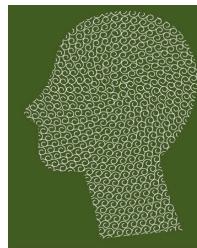
Portanto, defendemos a idéia de que, mais do que informação, o sujeito precisa ser sensibilizado. E, neste contexto, acreditamos que o Jornalismo Ambiental encontra seu espaço e sua legitimação.

2.1 Midiatização das Mudanças Climáticas

O estudo relacionado com a maneira que a mídia está tratando a problemática ambiental é de suma importância para o nosso artigo, pois acreditamos que deste modo conseguimos perceber como a imprensa vem se posicionando diante do Meio Ambiente, seja em caráter apenas informativo ou até mesmo como parte do processo de educação ambiental dos indivíduos em relação às Mudanças Climáticas.

Importantes estudos acerca deste tema estão sendo realizados ao redor do mundo. Na Suécia, a autora Ulrika Olausson, apontou através de estudos que a percepção da sociedade em relação as causas e as consequências das alterações no clima são bastante parecidas às reportagens publicadas na grande imprensa (OLAUSSON, 2011, p. 283).

Também, nos Estados Unidos Boykoff e Boykoff, apontaram a tendência da mídia em personificar os problemas ambientais e analisam que esta dramatização evita uma análise significativa e mais comprensiva sobre os assuntos ambientais em prol da realização de uma cobertura sensacionalista, priorizando apenas o evento factual e isolado e deixando as questões



II Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo Ambiental

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

“crônicas” de lado. Os autores concluem que este tipo de abordagem provavelmente não seja eficaz para a construção de um conhecimento em relação à problemática do aquecimento global como um todo (BOYKOFF e BOYKOFF, 2007, p. 1192).

Esta inclinação pode ser justificada pelos princípios dos critérios que estão embutidos no dia a dia dos profissionais do jornalismo, que obedecem “normas” editoriais seguindo as idéias de: dramatização, personalização, novidade, continuidade, equilíbrio e autoridade, que acabam por contribuir com uma cobertura tendenciosa do aquecimento global.

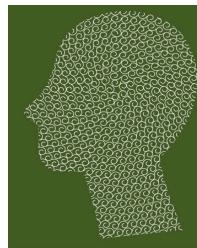
3. Metodologia

Utilizando como base as teorias e múltiplas mediações dos autores Orozco-Gómez, Martim-Barbero e Enrique Leff que enfatizam o papel ativo do receptor e relacionam a importância das mediações no processo comunicacional “sujeito-imprensa”. Para tanto, utilizamos como ferramenta para estímulo da discussão a reportagem exibida pela Rede Globo, através da série de reportagens “Terra: Que Tempo é este?” veiculada na revista-eletrônica “Fantástico” que tratou especificamente sobre a temática do aquecimento global.

Neste enquadramento, buscamos identificar através das respostas dos participantes da pesquisa, elementos que nos ajudassem a compreender em qual contexto o Jornalismo Ambiental se insere no que diz respeito à contribuição para uma conscientização em relação ao Meio Ambiente.

Partindo do pensamento de Martin-Barbero, pesquisamos como a informação oriunda da televisão faz com que o público mude ou reforce sua percepção do cotidiano, uma vez que o autor indica que a TV exerce o poder de aproximar o indivíduo com locais e coisas muitas vezes distantes através do uso das técnicas (sons e imagens de boa qualidade). Objetivamos então, desenvolver uma estratégia com duas metodologias principais: aplicação de questionário fechado e entrevista aberta com os sujeitos dos grupos. Assim, a partir da reprodução de uma reportagem da série referida acima, coletamos dados qualitativos através de anotações de comentários dos participantes, bem como suas interações (uns com os outros) que demonstravam a relação dos sujeitos com a temática do aquecimento global e com a própria televisão.

Optamos por esta série de reportagens por se tratar de uma transmissão em canal aberto, em



II Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo Ambiental

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

horário nobre e no domingo.

3.1 Brasil e Austrália: Reportagem escolhida

Durante os meses de outubro, novembro e dezembro de 2010, a emissora Globo possibilitou que milhares de brasileiros tivessem acesso à uma informação mais aprofundada do tema “aquecimento global”, aproveitando a agenda que trazia a Conferência das Nações Unidas sobre Mudanças Climáticos que iria ocorrer em um mês no México que colaborou para que a produção desta série tenha sido produzida pela própria emissora (iniciativa ainda rara no telejornalismo brasileiro, uma vez que existe a tendência na veiculação de matérias compradas das emissoras BBC ou *Discovery Channel*, por exemplo).

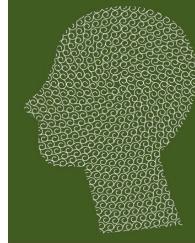
3.2 Grupos Focais

Para conhecer melhor a prática a ser usada na pesquisa, grupo focal, a obra *Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação* foi uma das bases, neste livro Maria Eugênia Belczak Costa diz que o Grupo Focal é uma ferramenta de pesquisa qualitativa que auxilia a identificar tendências,, o foco, desvenda problemas, busca a agenda oculta do problema” (COSTA, 2006, p. 180). Segunda ela, o Grupo Focal permite aprofundarmos os pensamentos e reflexões em torno do que é importante, na verdade o objetivo maior desta técnica de pesquisa é compreender as questões e não deduzir, induzir ou até mesmo generalizar (COSTA, 2006, p. 181).

A autora ainda diz que esta técnica tem como vantagem a participação mútua do grupo de entrevistados, interação, enriquecimento de respostas, também a possibilidade de o moderador do grupo conduzir o roteiro de perguntas, gerando assim aprofundamento e qualidade das expressões e respostas.

O grupo focal é altamente recomendável quando se quer ouvir as pessoas, explorar temas de interesse em que a troca de impressões enriquece o produto esperado, quando se quer aprofundar o conhecimento de um tema. Em contrapartida, os grupos focais não atendem a necessidade de dados estatísticos, não integram pessoas que não se sentem confortáveis uma com as outras, não fornecem informações previsíveis e o tópica em tela cria invasão de privacidade (MORGAN, 1998, *apud* COSTA, 1998, p. 181).

Costa sugere que tal roteiro deva ter perguntas amplas, sem estruturação, genéricas e



II Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo Ambiental

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

amplas, para que assim os entrevistados possam ser estimulados a raciocinar e a dialogar sobre os aspectos relacionados nas questões, neste caso o objetivo é encorajar os participantes a responderem sobre o aquecimento global.

Seguindo a metodologia utilizada por Ulrika Olausson, optamos por trabalharmos com grupos focais pequenos, uma vez que grupos muito numerosos podem gerar sub-grupos, nos quais a atenção poderia facilmente ser desviada do tema central da entrevista (KREUGER & CASEY, 200. MORGAN, 1998 *apud* Olausson, 2011).

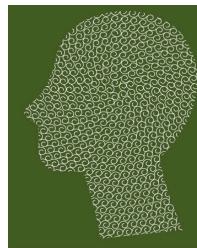
Também, para facilitar a comunicação entre os entrevistados, a autora sugere que os grupos sejam homogêneos de acordo com as categorias escolhidas, no caso deste trabalho idade, classe social e escolaridade. Para ela, pessoas que compartilham experiências e interesses sentem-se mais dispostas para mostrar seus pontos de vistas (OLAUSSON, 2011, p.13).

Para a realização deste estudo selecionamos 12 pessoas da cidade de Santa Maria, localizada no interior do Rio Grande do Sul (Brasil). O município de Santa Maria, região centro do estado, possui de acordo com o censo do IBGE de 2010, 261.027 habitantes. Esta cidade, também é chamada de cidade universitária devido a concentração de em torno de 8 faculdades, dentre elas uma Universidade Federal. Sua economia gira em torno de trabalhos ditos como terciários, ou seja, prestação de serviços, dentre eles destaca-se o serviço público, comercial, educacional, de saúde hospitalar e a própria Universidade Federal de Santa Maria.

Dividimos os sujeitos em dois grupos seguindo o critério de ocupação e nicho social. Nossa divisão seguiu os critérios de proximidade para que assim, os indivíduos conseguissem discutir e ficar mais a vontade durante a nossa investigação.

Iremos denominar os grupos de 1 e 2, para que assim facilite a compreensão da leitura.

O primeiro grupo foi composto por pessoas com idades variadas entre 27 e 45 anos, com diferentes profissões: coordenação do curso de Engenharia Ambiental de uma faculdade particular, administrador público e responsável pelos recursos humanos de um hospital local, professor aposentado de Biologia, aluno do curso de Medicina Veterinária, gerente da concessionária “Ford” de Santa Maria, gerente da empresa Massey Fergusson da região de Porto Alegre. Já, no segundo grupo optamos estão pessoas que trabalham como: empregada doméstica, dona de casa, revendedor de sementes agrícolas, aposentado com menos de 2 salários mínimos por mês, zeladora de uma



II Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo Ambiental

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

fazenda e uma secretária.

4. Respostas dos Participantes nas Questões Escritas

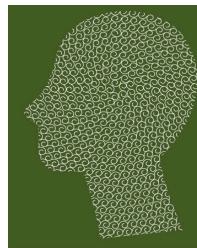
O grupo se encontrou no salão de festas de um prédio e responderam as primeiras questões, assistiram os vídeos e debateram os temas propostos.

Sobre as primeiras impressões que viessem à cabeça ao ouvir a palavra “Meio Ambiente”, dois entrevistados apontaram o dever de se respeitar o mesmo ambiente e, um ainda citou que esta conservação deve ser feita devido às próximas gerações.

Também, dois entrevistados citaram palavras que consideramos positivistas, foram elas: sustentabilidade e verde, que foram descritos em seus questionários e também a palavra e natureza. E em uma resposta percebemos a existência de uma palavra negativa: epidemiologia.

Após, citamos o Aquecimento Global e 3 participantes escreveram palavras que nos remetem ao “Paradoxo de Giddens”, quando afirma que o sujeito já pré-estabelece que não há nada que possa ser feito, as palavras foram: derretimento das geleiras, preocupante, consequência, degelo, desestruturação, desastres ambientais e tendência, que nos chamou a atenção por, esta se enquadrar perfeitamente no que o autor sugere, uma vez que por definição a palavra “tendência” significa que é uma ação, força pela qual algo é levado a acontecer com ou sem a vontade do homem.

Quando os indivíduos tiveram que responder sobre mudanças climáticas, alterações no tempo relacionados à presença da chuva foram citadas por metade dos respondentes do questionário e para nós, isso se deve ao mês de setembro que tem por característica na região de Santa Maria ser bastante chuvoso e com consequências bastante graves, fato que aumenta a inserção de matérias em telejornais ou jornais impressos acerca deste problema. Também, foram citadas as palavras “calor e mudanças repentinhas no tempo”, uma palavra em particular nos chamou a atenção: “pobreza”, por se tratar de uma expressão que calha justamente com a realidade de que são as pessoas pobres que mais são afetadas com estes fenômenos, uma vez que segundo o ex-Secretário Geral da ONU e Presidente do Global Humanitarian Fórum, Kofi A. Annan (2009), “é grave constatar a injustiça de se perceber que aqueles mais afetados pelas mudanças climáticas também são aqueles que menos contribuíram para ela.” Segundo Annan, os 50 países menos desenvolvidos contribuem com apenas



II Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo Ambiental

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

1% das emissões globais de gás carbônicos.

Ainda, questionados sobre o que viria à cabeça quando a palavra é “sonho de consumo”, o pensamento da maioria dos entrevistados foi o de adquirir bens, então frases como: viajar mais, comprar apartamento próprio e casa própria apareceram na maior parte das respostas, apenas um entrevistado citou “curtir a beleza da natureza”.

Também, em relação à “Qualidade de Vida”, a palavra saúde apareceu na metade das respostas, enquanto a questão da convivência com amigos, familiares e colegas de trabalho foi citada no questionário da outra metade do grupo.

Para finalizar, perguntamos sobre o que o grupo compreendia, individualmente, como Jornalismo Ambiental e todos os entrevistados responderam que é o meio que se é utilizado para ficar informado a respeito do meio ambiente. Uma resposta, bastante completa nos chamou a atenção, quando o indivíduo escreveu que “o jornalismo ambiental, tem uma preocupação maior do que outros gêneros jornalísticos de permitir que todos saibam o que está acontecendo de bom ou ruim com o meio ambiente”.

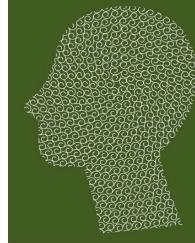
A fim de prosseguir com a teoria do pesquisador Orozco-Gomez, providenciamos de marcar o encontro com o segundo grupo no mesmo local dos indivíduos anteriores, na tentativa de, desta maneira possibilitar que a estrutura de interatividade fique o mais semelhante cabível do encontro anterior.

Então, repetimos a entrega das folhas em branco para que assim os participantes respondessem as primeiras idéias que viessem à sua mente enquanto mencionávamos as palavras pré-estabelecidas anteriormente.

Ao proferimos a palavra “meio ambiente”, 3 participantes relacionaram a mesma com fauna e flora, enquanto 3 relataram ser o meio em que vivemos.

Ao ouvirem a palavra “aquecimento global”, dois responderam que era algo natural do planeta, enquanto dois participantes abordaram palavras tidas como negativas (derretimento de geleiras e catástrofes) e dois indivíduos responderam que este fenômeno é devido a transformação do meio ambiente através da ação do homem.

Já, o tema “mudanças climáticas” foi associado pela maioria dos participantes como desastres, as respostas foram: temporais, extinção de diversas espécies, calor, enchentes, vendavais,



II Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo Ambiental

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

enquanto uma pessoa referiu que é o resultado da ação do homem na natureza.

Quando o assunto foi “sonhos de consumo”, um participante respondeu que era ter um animal de estimação, dois participantes responderam que era possuir um automóvel, dois responderam que gostariam de poder comprar a casa própria, enquanto um respondeu que seu sonho de consumo era poder contar com políticos que dessem valor ao meio ambiente.

E, ao pronunciarmos a palavra “Qualidade de Vida”, igualmente ao grupo anterior, os participantes relacionaram com saúde (palavra que apareceu 3 vezes), bem-estar, contato com a natureza e qualidade do ar.

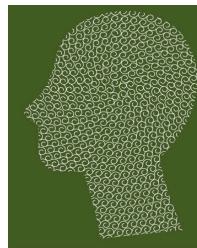
Ao introduzirmos o tema “Jornalismo Ambiental”, quase a totalidade das pessoas responderam que é a ferramenta que existe para que saibamos o que ocorre no meio ambiente, enquanto uma resposta particularmente chamou a nossa atenção pelo termo “sem censura”, ao referir que é função do jornalismo transmitir todas as notícias referentes à natureza, sejam elas boas ou más ou com interesses de outras pessoas por trás das matérias.

4.1 Respostas dos Participantes nas Questões Abertas

Dando prosseguimento à nossa reunião com o grupo focal “1”, apresentamos a reportagem do Programa Fantástico, pré-estabelecida por nós que tratava das consequências do aquecimento global na Austrália e no Brasil. Notamos que a matéria despertou muita atenção dos integrantes do grupo, principalmente pelas imagens e pelo tom de voz utilizado pela jornalista, uma vez que surgiram alguns comentários a respeito do fundo musical utilizado e da maneira que a jornalista estava falando.

Ao final da apresentação da matéria, perguntamos o que compreenderam a respeito da mesma e os integrantes relacionaram que o homem está acelerando o processo das mudanças climáticas, uma vez que a população está crescendo e por mais que todos necessitem de bens de consumo, como cama, mesa, cadeira e que por mais que muitas vezes seja necessidade, existe também o “olho” que faz com que as pessoas consumam mais do que precisam.

Diversas vezes foi citado que o “homem” é o principal causador dos estragos à natureza, devido à ganância exacerbada do mesmo. Notamos que o “homem” estava sendo citado como um sujeito indefinido, com distanciamento, então, achamos que seria útil para nossa pesquisa que



II Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo Ambiental

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

inclussemos o sujeito indefinido “homem”, aos hábitos dos integrantes do grupo. Foi então que questionamos o que estes faziam para colaborar com o meio ambiente, então o grupo abordou a falta de esclarecimento do que era certo e errado em relação às ações que devem e podem ser tomadas, para que o ser-humano tenha consciência do uso racional dos recursos naturais.

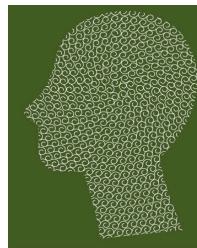
Também citaram que as políticas públicas são responsáveis por promover campanhas que esclareçam dúvidas da população diante do meio ambiente, e que não o fazem, então foi comentada a coleta seletiva de lixo, que na cidade de Santa Maria não funciona adequadamente.

Voltamos à palavra “esclarecimento”, que fora citada algumas vezes e questionamos quem é responsável pela informação acerca dos fatos ambientais e mais uma vez os integrantes responderam que é o Estado, seja na área da educação dentro das escolas, como em propagandas veiculadas na mídia. Apenas um integrante afirmou ser função do jornalismo esclarecer os temas ambientais.

Perguntamos também, em relação ao consumo dos integrantes, se estes estariam dispostos a mudar seus hábitos, se isto fosse colaborar com o futuro da população. Os integrantes foram unâimes em responder que “depende” qual hábito teria que mudar.

Entre eles, surgiu a questão do consumo de carne vermelha e todos responderam que diminuiriam a ingestão da mesma e, então relatei com o carro e o grupo em geral respondeu que se os governantes dessem outras opções de locomoção na cidade, que não fosse apenas ônibus super-lotados, se existissem ciclovias, diminuiriam o uso do carro, porém afirmaram que atualmente não existe outra possibilidade de trânsito na cidade. Também, citaram o bom exemplo da sacola plástica na Europa, no qual o indivíduo tem que pagar pela mesma e aqui no Brasil isto não ocorre.

Dando continuidade ao debate, indagamos sobre a escolha de produtos “verdes”, citamos o exemplo de um apartamento que custasse um valor fictício de 50 mil reais com tudo incorreto, energia elétrica, sem coleta de lixo enfim, e o outro apartamento custaria 30 mil reais a mais, porém totalmente correto. Painéis solares, coleta de lixo, transporte coletivo próprio do condomínio fariam parte deste imóvel. E perguntamos qual dos dois os indivíduos optariam e estes foram unâimes em responder que escolheriam o apartamento “verde”, porém o que nos chamou a atenção foi a frase que foi aceita por todos os integrantes do grupo que “a longo prazo economizariámos mais com este



II Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo Ambiental

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

produto do que com o outro”, mostrando que na verdade os indivíduos estavam inclinados a esta escolha pensando no dinheiro e não necessariamente no meio ambiente.

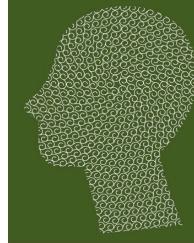
Para finalizar, questionamos a respeito da reportagem específica que transmitimos ao grupo e, igualmente bastante críticos, os participantes do grupo em unanimidade afirmaram que entenderam o conteúdo da matéria, reafirmaram o que já sabiam que estava ocorrendo acerca do aquecimento global, mas sentiram falta de questões práticas sobre “o que fazer no dia a dia para colaborar com o meio ambiente” e “por que” tais mudanças estão ocorrendo.

Igualmente à reunião como grupo focal analisado acima demos prosseguimento às nossas entrevistas apresentando a mesma matéria sobre o Brasil e Austrália veiculada no Programa Fantástico no dia 5 de outubro de 2010. E já nos primeiros minutos da reportagem, um dos integrantes comentou “se nosso verão for assim, vai ocorrer a mesma coisa”, se referindo à seca na Austrália que estava sendo transmitida no momento, o restante do grupo mostrou concordar com o comentário feito.

Após o término da matéria, para abrirmos espaço para o debate entre os indivíduos questionamos sobre o que compreenderam a respeito da matéria e os participantes comentaram que tratava-se de uma reportagem bastante interessante, a maioria comentou que havia visto esta reportagem no dia em que foi veiculada, porém que não recordavam dela. Um integrante comentou que: “Foi bom assistir de novo para repensarmos novamente a respeito do clima”, nos mostrando a tendência que algumas pessoas tem em pensar a respeito dos problemas ambientais apenas quando o assunto “está em pauta”, mas que não ponderam este tema diariamente.

Então, questionamos a respeito da freqüência com que tal assunto era abordado em suas casas, trabalhos e afins e alguns comentaram que “ao assistirmos matérias como estas, ficamos chocados e então comentamos sobre este tema em nosso cotidiano, porém é só quando temos acesso à reportagens deste cunho”, fato que contribui para o nosso pensamento de que o Jornalismo Ambiental tem parte da responsabilidade acerca do processo de educação ambiental.

Ainda, uma integrante do grupo abordou o fato desta realidade estar mais próxima do que imaginamos, “estes problemas de secas, enchentes, não são ‘privilégios’ da Amazônia e da Austrália, já estamos sofrendo com as mudanças climáticas no dia a dia” e nos comentou o fato pessoal de que sente mais no verão que o meio ambiente “não está bem”, uma vez que é “no calor



II Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo Ambiental

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

que sinto que as coisas estão se terminando”, comenta nos remetendo mais uma vez ao “Paradoxo de Giddens”, quando afirma que uma das maneiras que os indivíduos podem pensar é que não há nada que se possa fazer.

Questionamos então, se estes estariam dispostos a mudar seus padrões de consumo, se caso isso fosse ajudar em relação ao futuro do Planeta e todos foram unâimes em responder que mudariam, a maioria comentou que já fazia sua parte optando por transportes públicos ao invés de carro, reciclando, não consumindo roupas e objetos desnecessários”, mas assumiram que estas escolhas são realizadas mais pelo dinheiro e pela economia do que pensando realmente a respeito da natureza.

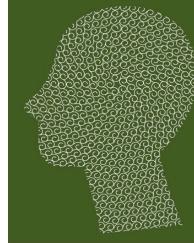
Então um individuo complementou afirmado que: “Sabemos que o que estamos fazendo é correto, mas de repente se tivéssemos condições de irmos para o trabalho de carro todo o dia, o faríamos já que nossos ônibus são terríveis” e ainda relacionou que o culpado pelas maus hábitos das pessoas é o Estado que não investe com qualidade em alternativas que faça com que o cidadão opte pelo cuidado com o Meio Ambiente.

Indagamos a respeito de quem seria a responsabilidade de fazer com que o publico leigo entenda os fenômenos que estão ocorrendo e que saiba de fato o que está mudando no mundo e todos os integrantes foram unâimes em afirmar que este encargo era das empresas jornalísticas.

Ainda, fizemos a mesma pergunta que havíamos feito no grupo anterior sobre de quem era a responsabilidade do que estava ocorrendo na natureza atualmente e a maioria respondeu que é do homem, enquanto um participante respondeu que acredita que as coisas estariam diferentes se os Estados Unidos “não poluísse tanto”. Ainda complementou dizendo que “nossa poluição é mínima se compararmos com a deste país” negando ou não conhecendo o fato de que o Brasil contribuiativamente para as emissões de gases de efeito estufa devido às queimadas na Floresta Amazônica.

Ao percebermos que, ao tocar neste tema, boa parte do grupo concordou com este participante decidimos questionar a respeito do que cada um fazia para colaborar com a Natureza e ouvimos em sua maioria que cuidavam do desperdício de água, apagavam as luzes ao saírem dos locais que estavam anteriormente “, uma integrante ponderou que já deixou de adquirir bens pensando que estaria colaborando com o meio ambiente.

“Eu já faço a minha parte, me movo a pé para todos os lados, mas neste calor que está



II Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo Ambiental

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

prometendo fazer, salve-se quem puder”, enfatizou um participante, também nos remetendo à idéia de que não há nada que se possa fazer.

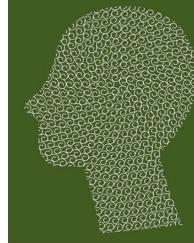
Percebemos que os comentários a respeito das mudanças climáticas e do aquecimento eram muito específicos e que alguns participantes embora indagados individualmente afirmam que “não sabiam nada a respeito do tema”, questionaram uns aos outros coisas do tipo “o que eu respondo” e então resolvemos finalizar nossa reunião com o grupo questionando se fariam a matéria apresentada de forma diferente, a fim de apontarmos novos caminhos para a forma de transmissão da matéria para o público leigo e obtivemos como resposta unânime que não mudariam nada na reportagem.

“A matéria foi bem feita, com exemplos da nossa realidade, notei que eles quiseram nos impressionar e conseguiram, mas é assim mesmo, a imprensa tem que mostrar até mais do que está acontecendo para ver se muda alguma coisa na cabeça das pessoas” finalizou um participante do grupo, que foi apoiado pelo restante do grupo em geral.

4.4 Discussão dos Resultados

Em concordância com os estudos das pesquisadoras Irene Lorenzoni, Sophie Nicholson-Coleb e Lorraine Whithmarsh, conseguimos identificar algumas barreiras citadas pelas mesmas para “justificar” as ações (ou falta de) dos indivíduos entrevistados. Contudo, primeiramente achamos de suma importância refletirmos sobre o fato contraditório de que os sujeitos do “Grupo Focal B”, embora com nível social mais baixo demonstraram-se mais engajados à fazerem a coisa certa. Para nós esta evidencia parte da constatação de que por tais sujeitos possuírem menor poder aquisitivo e morarem em locais mais afetados pelas ações do clima, sentem mais diretamente as consequências e acabam por se interessar mais sobre o tema. (e.g. WOLF, 1997)

Ao contrário das pesquisas de Lorenzoni no que se refere as barreiras mencionadas acima, nossos respondentes (Grupo 1 e Grupo 2) demonstraram um nível bastante considerável em relação ao conhecimento acerca do aquecimento global, contudo evidenciamos que estes tinham mais informações sobre o problema em si do que idéias práticas de soluções para a mitigação dos agentes causadores do aquecimento global. Nossa pesquisa também entra em discordância quanto ao que Lorenzoni cita sobre a ligação errada entre causa e solução abordada pelos seus respondentes que na ocasião citaram que sabiam sobre os efeitos do aquecimento global e que faziam sua parte ao



II Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo Ambiental

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

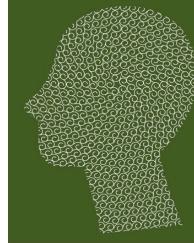
reciclar seus lixos por exemplo, nossos participantes do Grupo Focal 2 avaliaram que faziam sua parte ao não utilizarem veículo próprio para se locomover (idéia que realmente é relevante no processo de diminuição da emissão de gases causadores do efeito estufa). E ainda é contrária no que diz respeito à falta de interesse em buscar informações referentes ao aquecimento global, uma vez que nossos respondentes argumentaram diversas vezes sentirem falta destes dados.

Contudo, reportamos diversos pontos de congruência com os estudos da pesquisadora no decorrer de nossa abordagem, como, por exemplo, o fato de que os indivíduos enxergam suas ações como limitadas em relação a diminuição do aquecimento global na terra e ainda demonstram uma relutância em mudar suas rotinas e hábitos.

Percebemos que diversas vezes os sujeitos de nossa pesquisa respondiam às questões como seres que estivessem à parte dos problemas referidos, e esta tendência nos remete à pesquisa de Swin et al., que indicou que para a maioria das pessoas as experiências e exposições relacionadas às mudanças climáticas limita-se ao contato virtual e indireto mediado pelas coberturas midiáticas ou por documentários a respeito do tema em regiões normalmente distantes do individuo, uma vez que conseguimos identificar que a matéria escolhida como estimulador do nosso debate relacionou como vítima do problema ambiental brasileiro relacionado às mudanças climáticas apenas a floresta Amazônica.

A questão econômica relacionada diversas vezes em nosso estudo, ficou bastante evidente em diversos pontos de nossa pesquisa, como, por exemplo, no que diz respeito ao consumismo dos participantes, notamos a incompatibilidade de algumas respostas que surgiram no Grupo Focal 2, que abordaram o fato de que estavam agindo corretamente ao utilizarem meios alternativos de locomoção, mas ao mesmo tempo referiram que se pudesse comprar alguma coisa, esta seria um carro, demonstrando que estes estavam agindo corretamente mais pela falta de condições de adquirir este bem material do que por estarem engajados com esta causa ambiental.

Nossas pesquisas também seguiram os resultados das pesquisas realizadas pela autora Anabela Carvalho que na conclusão do livro *As Alterações Climáticas os Media e os Cidadãos* abordou que a mídia recebe uma atenção considerável por parte dos sujeitos no que diz respeito a veracidade das notícias transmitidas e também em relação comportamental dos entrevistados, que reportaram ações que ficam muito abaixo do que é realmente eficaz para diminuir os riscos do



II Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo Ambiental

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

aquecimento global e encontramos respostas que elucidam novamente as pesquisas de Carvalho no que diz respeito aos atos não condizerem com a preocupação reportada pelos nossos entrevistados, que na ocasião (mais evidente no Grupo Focal 1) consideraram que as consequências do aumento da temperatura global eram catastróficas, contudo responderam “depende” quando questionados sobre mudar suas atitudes e hábitos em prol do meio ambiente.

Percebemos que as ações e o conhecimento acerca do aquecimento global é influenciado pelo nível social dos entrevistados, no qual os participantes do Grupo Focal 1 localizam-se como distantes das causas deste problema, enquanto os indivíduos do Grupo Focal 2 avaliam que já estão sentindo as consequências em seus cotidianos e igualmente mostraram-se mais dispostos a mudarem suas rotinas, caso isso auxilie na mitigação do aquecimento global.

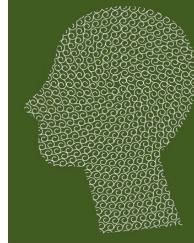
5. Considerações Finais

Através de nossa pesquisa percebemos como é importante levar o debate sobre as mudanças climáticas e o aquecimento global, assunto em bastante evidência na atualidade, para junto da sociedade.

Ao encontrarmos na sociedade indivíduos que estejam dispostos a debater sobre práticas e políticas em relação ao meio ambiente faz com que reafirmemos a importância da prática do Jornalismo Ambiental. E, apesar da nossa metodologia ter sido bastante qualitativa, conseguimos ter uma amostragem de que, mesmo inseridos em uma sociedade onde a cultura do consumismo prevalece, os indivíduos demonstraram-se bastante interessados sobre o tema e estavam familiarizados com o tema.

Desta maneira, nesta pesquisa procuramos demonstrar através de diversos estudos a importância do jornalismo ambiental uma vez que notamos que parte deste conhecimento é oriundo da mídia, pois conseguimos encontrar conceitos que são de uso contínuo na imprensa. Entre eles, o sentimento de que deve-se fazer algo, mas não se sabe ao certo o que.

Isto nos remete ao pensamento de André Trigueiro (2005) que afirma que as informações ecológica-científicas devem ser passadas de maneira comprehensível ao maior numero de pessoas possíveis, para que uma nova cultura baseada nos preceitos da sustentabilidade se manifeste. (TRIGUEIRO, 2005, p. 264)



II Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo Ambiental

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

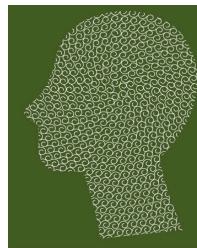
Então, acreditamos que o jornalismo tem o poder de estar inserido junto à comunidade diariamente e deve exercê-lo noticiando informações com relevância, contribuindo desta maneira para um posicionamento crítico da sociedade sobre as relações com o meio ambiente.

Abordando especificamente o tema da nossa pesquisa – comunicação, consumo e aquecimento global – acreditamos que é fundamental a produção de mais séries de reportagens como a que utilizamos como base para nossos estudos.

E não apenas no âmbito das mudanças climáticas ou aquecimento global, mas sim do meio ambiente como um todo para que assim possa ser construída uma cultura mais crítica em relação ao que está sendo realizado em relação ao nosso planeta.

Referências

- ANDI. Disponível em: < http://www.scribd.com/full/7965794?access_key=key-juv71yshwz7y6lsoq2r> Acessado em 25 de outubro de 2011.
- ANNAN, Kofi A. (200). Relatório da Anatomia de uma Crise Silenciosa. Disponível em: < <http://www.eco21.com.br/textos/textos.asp?ID=2027>>, 153. ECO-21. Acesso em 10 de Outubro de 2011.
- BARBERO, Jesus M. **Dos meios às mediações**: Comunicação, cultura e hegemonia. (6a ed.) Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1997.
- BOYKOFF, Maxwell T.; BOYKOFF, Jules M.. Climate Change and Journalistic norms: A case-study of US mass-media coverage. Disponível em: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0016718507000188>. Science Direct, 38, 2007. Acesso em 04 de outubro de 2011.
- CABECINHAS, R., CARVALHO, A., LÁZARO, A. Representações sociais sobre alterações climáticas. In: **As Alterações Climáticas, os Media e os Cidadãos**. Coimbra: Grácia Editor, 2011.
- CABRAL, João F. A definição de Estado Aristotélica. In: Brasil Escola – Filosofia. 2009. Disponível em: <http://www.brasilescola.com/filosofia/a-definicao-estado-na-politica-aristotelica.htm>. Acessado em 24 de outubro de 2011.
- CARVALHO, A. (org). **As Alterações Climáticas, os Media e os Cidadãos**. Coimbra: Grácia Editor, 2011.



II Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo Ambiental

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

CARVALHO, A., PEREIRA E., RODRIGUES, A., SILVEIRA, Ana P. (2011) A reconstrução mediática das alterações climáticas. In: **As Alterações Climáticas, os Media e os Cidadãos**. Coimbra: Grácia Editor, 2011.

CORBETT, J., DURFETT, J.. Testing Public (Un) Certainty of Sciente: Media Representations of Global Warming. Disponível em: <http://www.sagepub.com/bocstudy/articles/Ch12_Article.pdf> **Science Communication**, 26, 2004. Acesso em 26 de outubro de 2011.

DUARTE, J., BARROS, A. **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação**. (2a ed.) São Paulo: Editora Atlas, 2011.

GIDDENS, Anthony. **A Política da Mudança Climática**. (1a ed.) Cambridge: Polity Press, 2009.

Globo.com (s.d). Disponível em: <<http://video.globo.com/Videos/Player/Noticias/0,,GIM1381678-7823-ESTUDO+MOSTRA+QUE+O+PLANETA+ESTA+FICANDO+MAIS+SECO,00.html>> Acessado em 25 de outubro de 2011.

GOLEMAN, D.. **Inteligência Ecológica**: O impacto do que consumimos e as mudanças que podem melhorar o planeta. (1a ed.) Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.

GORE, Al. **Uma Verdade Inconveniente**: O que devemos saber (e fazer) sobre o aquecimento global. (1a ed.) São Paulo: Editora Manole, 2006.

GOVERNO PORTUGUÊS (s.d.). Disponível em:
<http://www.portugal.gov.pt/pt/GC18/Governo/ProgramaGoverno/Pages/Programa_Governo_17.aspx> Acesso em 24 de outubro de 2011.

GOVERNO BRASILEIRO (Portal Brasil). Disponível em:
<<http://www.brasil.gov.br/noticias/arquivos/2011/05/09/governo-e-empresarios-lancam-forum-de-meio-ambiente>>. Acessado em 24 de outubro de 2011.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (Ministério do Planejamento e Gestão). Disponível em:
<<http://www.ibge.gov.br/home/geociencias/recursosnaturais/ids/ids2010.pdf>> Acessado em 25 de outubro de 2011.

LÁZARO, A., CABECINHAS, R., CARVALHO, A. Uso dos Media e Envolvimento com as Alterações Climáticas. In: **As Alterações Climáticas, os Media e os Cidadãos**. Coimbra: Grácia Editor, 2011.

OLAUSSON, U.. We're the Ones to Blame: Citizens' Representtions of Climate Change and the Role of Media. Disponível em: <<http://www.tandfonline.com/loi/renc20>> **Environmental**



II Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo Ambiental

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

Communication: A Journal of Nature and Culture, 5, 2011. Acesso em 26 de outubro de 2011.

OROZCO, G.. Dialética de la Mediación Televisiva: Estructuración de estrategias de recepción por los televidentes. Disponible em: <<http://www.raco.cat/index.php/Analisi/article/view/41180/89138>> **Revistes Catalanes ambs Accés Obert**, 1993. Acesso em 04 de outubro de 2011.

TRIGUEIRO, A. **Mundo Sustentável**: Abrindo espaço na mídia para um planeta em transformação (1a ed.). São Paulo: Editora Globo, 2005.

Revista Isto É (Hugo Cilo). Disponível em: <http://www.istoedinheiro.com.br/noticias/40911_O+BRASIL+NO+TOPO+DO+CONSUMO>. Acessado em 25 de outubro de 2011.

TedX Sudeste (s.d). Disponível em:<<http://www.tedxsudeste.com.br/2010/andre-trigueiro-faz-repensar-o-consumo>>Acessado em 25 de outubro de 2011.

UPHAN, P., WHITMARSH, L., POORTINGA, K., DARNTON, A., MCLACHLAN, C., DEVINE-WRIGHT, P., Public Attitudes to Environmental Change: a selective review of theory and practice. In: Research Counsils UK, 2009. Disponível em: <http://www.esrc.ac.uk/_images/public-attitudes-to-environmental-change-exec-summary_tcm8-6383.pdf> Acesso em 24 de outubro de 2011.

VILAS BOAS, S.. **Formação e Informação Ambiental**: Jornalismo para iniciados e leigos. (1o ed.) São Paulo: Editora Summus, 2006.

WALKER, G., KING, Sir D.. **O Tema Quente**: Como Combater o Aquecimento Global e Manter as Luzes Acesas (1a ed.) Rio de Janeiro: Editora Objetiva, 2008.