

## **Jornalismo, medo e alterações climáticas: articulações possíveis para pensar o enfrentamento dos riscos climáticos**

### **Journalism, fear and climate change: possible articulations to think about tackling climate risks**

Alice Dutra Balbé\*, Eloisa Beling Loose\*\*

\* Universidade do Minho, Portugal

\*\* Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Brasil

#### Resumo

A comunicação das alterações climáticas (ACs) tem importante papel na mediação do discurso científico e é crucial para a percepção, compreensão e enfrentamento da questão climática. Diante disso, este artigo de revisão de caráter interdisciplinar discute aspectos relacionados com o medo na cobertura jornalística e quais as suas possíveis consequências para mobilização das pessoas frente os riscos climáticos. A abordagem espetacularizada, alarmista ou catastrofista das ACs por parte da imprensa preocupa investigadores sobre quais são as reações do público diante da amplificação do problema (e.g. O'Neill e Nicholson-Cole, 2009; Carvalho et al., 2011). Contudo, ainda não há certezas se o enquadramento negativo das notícias, associado especialmente aos seus riscos, seria capaz de gerar uma reação para enfrentar a situação por parte dos leitores ou, de forma contrária, uma inércia, pois o público poderia se sentir incapaz de reverter a situação de caráter global. Apesar da linguagem catastrofista despertar mais atenção, medo e angústia não servem, necessariamente, para motivar as pessoas (Giddens, 2010) ou podem ter perdido sua função "produtiva" (Pulcini, 2013), não gerando mudanças sociais. Além disso, esta perspectiva não contribui para uma cobertura preventiva ou que considere as soluções para minimizar ou se adaptar aos efeitos dos riscos climáticos, centrando-se, geralmente, apenas nos aspectos destrutivos. A partir de pesquisa bibliográfica, procura-se mapear o que já foi investigado sobre o medo e as alterações climáticas na cobertura jornalística, a fim de construir um enquadramento mais assertivo em prol da disseminação de informações que ajudem a transformar as atitudes das pessoas. Constatou-se que ainda há uma escassez de literatura sobre medo, enfrentamento e a cobertura das alterações climáticas, e que mais investigações empíricas devem ser feitas de modo a confirmar as hipóteses teóricas e contribuir, de fato, com a eficácia do processo.

Palavras-chave: alterações climáticas; medo; jornalismo; abordagem catastrofista; enfrentamento.

#### Abstract

Climate change communication plays an important role in mediating scientific discourse and is crucial to the perception, understanding, and tackling with climate issues. Therefore, this interdisciplinary review article discusses aspects related to fear in journalistic coverage and what's the possible consequence for mobilizing people against climate risks. The media's spectacularized, alarmist or catastrophic climate change approach worries researchers about what public's reactions to the amplification of the problem (e.g. O'Neill and Nicholson-Cole, 2009; Carvalho et al., 2011). However, there is still no consensus whether the negative framing of the news, linked mainly to its risks, would be able to generate a reaction, by the readers, towards facing the situation or, conversely, inertia due to a feeling of being of reversing the global scale situation. Although catastrophic language arouses more attention, fear and anguish do not necessarily serve to motivate people (Giddens, 2010) or may have lost their "productive" role (Pulcini, 2013), not generating social change. In addition, this perspective does not contribute to preventive coverage or considers solutions to minimize or adapt to the effects of climate risks, generally focusing only on destructive aspects. Based on bibliographical research, it is sought to score what has already been investigated about fear and climate change in journalist coverage, in order to contribute to a more assertive framework for the dissemination of information that helps to transform people's attitudes. It is noted that there is still a shortage of literature on fear, tackling and climate change coverage, and that more empirical investigations must be made to confirm the theoretical hypotheses and actually contribute to the effectiveness of the process.

Keywords: climate change; fear; journalism; catastrophic approach; tackling;

## Introdu o

As altera es climáticas (ACs) já não são desconhecidas da sociedade, representando hoje uma das questões ambientais mais urgentes e complexas da contemporaneidade. Mesmo assim, o esforço para enfrentá-las ainda   insuficiente. Dados do último relatório do *Intergovernmental Panel on Climate Change* -IPCC (2018)<sup>1</sup> destacam que   preciso trabalhar para limitar o aumento da temperatura de 1,5  C, que   mais "seguro" que 2  C em termos de impactos climáticos. Para tal, será necessário cortar as emissões de CO2 em 45% nos próximos 12 anos. Se mantivermos a quantidade de emissões atuais, os efeitos serão irreversíveis. Além disso, o documento destaca que já estamos a sofrer com as consequências do aumento médio de temperatura por meio da intensifica o de condi es climáticas extremas, aumento do nível do mar e diminui o do gelo do  rtico, só para citar alguns exemplos.

Perante este cenário,   imperativo que todos os setores da sociedade se mobilizem para a redu o de emissões de gases de efeito estufa (GEE) e também para o enfrentamento<sup>2</sup> dos riscos e desastres climáticos, que já são realidade<sup>3</sup>. A Comunica o   peça-chave nesse processo tendo sido inserida no artigo 12 do Acordo de Paris (2016, p.12)<sup>4</sup>, quando as Partes são chamadas a cooperar "[...] para ampliar a educa o, a forma o, a sensibiliza o do público, a participa o do público e o acesso do público a informa o sobre as altera es climáticas [...]". Tais a es envolvem diretamente a área, da qual o jornalismo, pelo seu compromisso com o interesse público, assim como pela sua credibilidade e alcance, tem destaque. Contudo, a cobertura das ACs, que exigiria um olhar preventivo e associado ao enfrentamento, geralmente   feita a partir de seus riscos pela própria lógica da produ o jornalística, que atua, predominantemente, a partir de acontecimentos concretos – e não sobre sua possibilidade de ocorrência.

Comunicar os riscos climáticos e as formas de mitiga o ou de adapta o ao novo contexto decorrente da intensifica o das ACs   algo desafiante pois envolve riscos de abrangência global, ligados ao futuro, quase invisíveis, pouco controláveis e urgentes. Para Moser (2010), a fim de realmente tornar essa comunica o eficiente, três esforços deveriam ser feitos a longo prazo: 1) informar e educar sobre a questão das ACs; 2) buscar o envolvimento do público; e 3) promover solu es de modo a gerar a mudanças individuais (que avançariam para o contexto cultural). Entretanto, como comunicar adequadamente de modo a atingir esses objetivos? Como o jornalismo pode contribuir para o conhecimento e envolvimento dos cidadãos? Não há uma resposta fácil nem única, mas há autores (*e.g.* Painter, 2013) que acreditam que o uso da linguagem dos riscos possa ser útil para desencadear mudanças logo, apesar de existir a possibilidade de exageros, que conduzam a uma mensagem alarmista, gerando a sensa o de medo. Entende-se medo como a "[...] incerteza: nossa ignorância da ameaça e do que pode ser feito – do que pode e do que não pode – para

---

<sup>1</sup> Disponível em: <https://www.ipcc.ch/sr15/>

<sup>2</sup> Enfrentamento   um termo bastante usado para se referir às respostas às ACs, como mitiga o e adapta o, ou, de forma mais ampla, às mudanças de comportamento, às a es de resiliência,   prepara o para os desastres e   gestão de políticas. No Brasil, a Política Nacional sobre Mudança no Clima (2009) inclui referências a "enfrentamento", e no Plano Nacional sobre Mudança no Clima (2007) o termo foi utilizado 12 vezes. Enfrentamento também está fortemente associado com a ideia de "engajamento público com as altera es climáticas", definido por Lorenzoni, Nicholson-Cole & Whitmarsh (2007) como uma avalia o individual de resposta às ACs, compreendendo aspectos emocionais, cognitivos e comportamentais.

<sup>3</sup> Plano Nacional sobre Mudanças Climáticas (2007). Disponível em: [http://www.mma.gov.br/estruturas/smcg\\_climaticas/arquivos/plano\\_nacional\\_mudanca\\_clima.pdf](http://www.mma.gov.br/estruturas/smcg_climaticas/arquivos/plano_nacional_mudanca_clima.pdf). Política Nacional sobre Mudança do Clima (2009). Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/ato2007-2010/2009/lei/112187.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/ato2007-2010/2009/lei/112187.htm)

<sup>4</sup> Disponível em: <https://nacoesunidas.org/acordodeparis/>

fazê-la parar ou para enfrentá-la, se cessá-la estiver além do nosso alcance” (Bauman, 2008, p.8). Pulcini (2013) diz que o medo que sentimos na contemporaneidade é indistinto e generalizado, pois, embora seja real, suas causas são difusas e nem sempre reconhecíveis – o que acontece, muitas vezes, com as ACs.

Em pesquisa recente, de opinião pública, o *Pew Research Center* (2017)<sup>5</sup> revelou que as ACs têm sido apontadas como a principal ameaça à segurança nacional, na mesma proporção que o terrorismo, em 38 países. Neste relatório, a América Latina e a África são as regiões em que a população se sente mais ameaçada pelas ACs. Por outro lado, a cobertura mediática sobre o tema na América Latina costuma ser baixa, como verificado pelo estudo *Latin American Newspaper Coverage of Climate Change or Global Warming*<sup>6</sup>, a partir de jornais de referência, sugerindo que outras formas de comunicação provavelmente devem estar a influenciar essa percepção ou alterando-a.

A falta de discussão pública sistemática sobre o assunto conduz para uma ausência de percepção real da problemática do clima e de reações a essas mudanças. Quando não se tem a experiência real de dada situação, as decisões são guiadas a partir daquilo que se sabe por fontes indiretas, como os *media*. Os *media* desempenham um papel-chave na mediação das ACs porque podem alertar para o assunto pessoas que ainda não vivenciaram os impactos climáticos, amplificando riscos ou, ao contrário, contribuir para a inação quando os atenua ou ignora (Kasperson et al., 1988).

Embora as ACs sejam consideradas por alguns como potencial ameaça, a percepção individual de muitas pessoas sobre as consequências das ACs é prejudicada por uma série de fatores, especialmente pelo ritmo lento e gradual do processo, que não costuma ser notado no dia a dia. Essa dificuldade da observação da mudança gera uma lacuna de experiência, que prejudica a percepção de risco e, em decorrência disso, ações que possam combater as causas do problema. Além disso, o próprio estilo de vida moderno, no qual passamos muito tempo em ambientes artificialmente iluminados e climatizados, e nos alimentamos com comida processada, contribuem para nos afastar do ambiente natural e até diminuir nossa preocupação com questões ambientais (Geiger, Middlewood, & Swim, 2017).

Também é preciso lembrar que as pessoas possuem um conjunto finito de preocupações e que tendem a considerar mais as ameaças de curto prazo do que as de longo prazo, a perder a atenção com o passar do tempo, deslocando o seu interesse para outras questões, e que o excesso de exposição pode gerar um entorpecimento emocional (Shome e Marx, 2016). Os jornalistas devem considerar essas possibilidades para buscar alcançar um resultado adequado às suas comunicações. Sendo as ACs um tema urgente e de caráter global, é preciso que as mensagens cheguem de forma clara a diferentes culturas e permitam ações adequadas de modo a frear seus impactos e possibilitar uma reação rápida e eficaz.

É nesse sentido que se objetiva neste artigo, com perspectiva interdisciplinar, discutir como o jornalismo pode favorecer o entendimento e enfrentamento das ACs, focando nossas atenções na discussão do medo, que é gerado e/ou associado por abordagens catastrofistas e que enfatizam os efeitos negativos do fenômeno – geralmente sem indicar alternativas ao público. Entendemos que faz parte do papel do jornalismo discutir questões de interesse coletivo, como é o caso das ACs, que possuem efeitos de múltiplas ordens e alcances, afetando, em diferentes níveis e intensidades a todos na sociedade. Metodologicamente

---

<sup>5</sup> Disponível em: <http://www.pewglobal.org/wp-content/uploads/sites/2/2017/07/Pew-Research-Center-2017.07.13-Global-Threats-Full-Report.pdf>

<sup>6</sup> Disponível em: [http://sciencepolicy.colorado.edu/media\\_coverage](http://sciencepolicy.colorado.edu/media_coverage).

orientado pela pesquisa bibliográfica sobre medo e comunicação das alterações climáticas, procuramos sistematizar um conjunto de aspectos em torno das abordagens jornalísticas a respeito desse tema, apontando, no final, limites e possibilidades da cobertura jornalística que podem contribuir com o enfrentamento das ACs.

### **Jornalismo e alterações climáticas: o que esperar desta relação?**

Muito se fala no papel desempenhado pelo jornalismo para disseminar informações a respeito das ACs, afinal, esta é uma das principais formas de mediação do conhecimento científico para toda sociedade. Carvalho et al. (2011, p.105) destacam que “[...] os *media* são actores centrais na formulação, reprodução e transformação do significado deste problema complexo e uma arena fundamental para a legitimação e/ou crítica de opções políticas e económicas”. Na mesma linha, Olausson (2011) percebe como fundamental a atuação dos *media* por contribuírem com a definição da agenda pública sobre as ACs e ter o potencial de gerar respostas positivas sobre o problema.

Por outro lado, o jornalismo possui uma lógica de produção específica, que nem sempre favorece uma abordagem propositiva e esclarecedora sobre os acontecimentos. Para compreender melhor a relação entre a prática jornalística na cobertura das ACs, discute-se aqui como as perspectivas que se centram no medo - ou em aspectos que resultem em certa apreensão e apelo emocional - podem interferir na compreensão de enfrentamento de um dos problemas mais urgentes do nosso tempo.

A forma como os temas são enquadrados ou evidenciados pela imprensa conduzem a resultados diferentes na audiência, modificam as percepções a respeito da gravidade, da urgência e de como é possível lidar com a questão. No caso das ACs, Boykoff (2011) sublinha a personalização, a dramatização, a novidade, o discurso de autoridade e o equilíbrio informativo como os principais valores e normas que contribuem para a representação das ACs nos *media*. Isso significa que há certos momentos e recortes específicos para se tratar do tema nos *media* – e isso nem sempre considera o que o público pode fazer diante da situação. Aliás, estudos mais recentes revelam que mitigação e adaptação são temas pouco presentes na cobertura jornalística (Moser, 2017). Fernández-Reyes (2018), em pesquisa sobre a adaptação na imprensa espanhola, aponta que a adaptação tem pouca relevância nos espaços mais proeminentes dos jornais, além de observar que a ênfase nas respostas às ACs é pouco explorada nas investigações da área.

O discurso da autoridade é muito comum em temas relacionados ao universo científico. Nas notícias e reportagens sobre ACs, é frequente os jornalistas recorrerem aos *experts* da área ou aos representantes dos governos, fontes que legitimam um saber ou área de atuação. Rodas e Di Giulio (2017, p.116), em estudo com jornalistas, confirmaram a existência de uma “[...] necessidade de ouvir especialistas e cientistas para a produção de notícias, na perspectiva de que estes estão produzindo conhecimento científico e têm autoridade e credibilidade para esclarecer os temas tratados”. Os especialistas são procurados para fundamentar e dar credibilidade aos discursos construídos pela comunidade jornalística, mas apenas ouvir a versão deles não é suficiente. O jornalismo deveria construir relatos com diferentes ângulos de observação e, no caso das ACs, apresentar relatos de quem já está vivenciando as consequências e, especialmente, mostrar como é possível combater o problema no cotidiano dos cidadãos.

No caso de coberturas de desastres, crises ou de segurança - como no daquelas que tratam dos efeitos concretos das ACs - são as autoridades que precisam declarar a situação como tal. Esse fato não se limita a relatar o ocorrido, mas permite uma ampliação da discussão. Na lógica de produção jornalística, o fato de algum desastre ocorrer possibilita que haja um 'gancho' (um fato associado à atualidade) que permita o desenvolvimento de uma cobertura mais extensa sobre as razões, contextos, precauções e demais aspectos relacionados ao acontecimento. É nesses momentos que o trabalho jornalístico passa a desempenhar um papel mais evidente na fiscalização do poder público e no esclarecimento da população sobre riscos e respostas.

Também para dar veracidade aos textos jornalísticos, é comum nas coberturas de catástrofes ambientais o relato de testemunhas. As declarações em primeira pessoa que falam de medo e angústia (e ainda dores, cheiros e sentimentos) reproduzem uma experiência imediata e sensível ao leitor (Amaral, 2013). As fontes consultadas pelos jornalistas têm diferentes papéis na cobertura das tragédias. Nos testemunhos, as pessoas são apresentadas como vítimas, aproximando o leitor da situação, já os especialistas e políticos representam o conhecimento e explicam os riscos, os sistemas de ação e prevenção.

A cobertura das ACs requer ainda atenção especial por ser uma "crise ambiental" que envolve não só desastres concretos como incertezas sobre o futuro, diversos tipos de migrações, debate político (local e internacional), e de segurança nacional, tendo sido enquadrada na "secutirização ambiental" (Warner & Boas, 2017). O termo "secutirização" foi criado pela Escola de Copenhague e refere-se ao tipo de discurso em que o caso é uma "ameaça existencial". No entanto, nessa definição há implicações na responsabilização (*accountability*) da gestão da crise ou desastre. Reside aqui a principal crítica de Warner e Boas (2017) sobre essa abordagem no âmbito das ACs, pois não há um único culpado nem uma forma de 'resolver' ou de ter um 'salvador' para mitigar os impactos das ACs. Uma cobertura voltada para a segurança pode indicar a melhor resposta para o enfrentamento, porém, se a ênfase for maior para a segurança, pode também reduzir o controle democrático com políticas aversivas às ACs, colocando os atores políticos como incapazes de agir.

Nesta relação entre decisores políticos, cientistas e público há ainda outros elementos que contribuem para o tipo de cobertura realizada. Stoutenborough et al. (2014) ressaltam que é fundamental haver informação de qualidade para uma compreensão mais alargada dos riscos. Os autores investigaram três fatores interligados sob o ponto de vista dos cientistas - conhecimento, relação com os *media* e confiança nas informações. Quase dois terços dos cientistas entrevistados na pesquisa consideram que os *media* e os decisores políticos não compreendem bem as ACs. Os cientistas reforçaram o consenso científico e confiança entre seus pares, mas criticaram os políticos pela forma como definem as prioridades. Logo, é fundamental que os cientistas e os governantes articulem melhor a comunicação entre eles. Da mesma forma, os *media* precisam dedicar mais tempo para consultar os cientistas e especialistas em diferentes áreas (Stoutenborough et al., 2014).

Além disso, há a norma do equilíbrio informativo, muito utilizada nos países de língua inglesa em décadas anteriores, na qual as diferentes perspectivas deveriam ter o mesmo espaço. Esta norma desconsiderou a proporção de cientistas que afirmavam que a intensificação das ACs era resultado das atividades humanas em relação àqueles que negavam esse entendimento. Os pesquisadores Boykoff & Boykoff (2004; 2007) constataram como a imprensa americana prejudicou a compreensão das ACs ao ceder o mesmo espaço para vozes que concordavam com a ocorrência das ACs e para aquelas que discordavam dela. Sem a

adequada contextualiza o, tal exposi o de argumentos promove uma cobertura distorcida, que não auxilia na discussão pública para mobiliza o sobre o assunto.

O jornalismo   uma atividade profissional que, embora carregue um papel social de relevância nas sociedades contemporâneas, possui uma série de regras e valores próprios, muitas delas associadas   necessidade de se vender como qualquer outra mercadoria.   justamente por isso que os efeitos negativos costumam receber mais espaço do que as pautas ligadas   preven o e às respostas, como a o de adapta o e mitiga o. No jornalismo, geralmente, parte-se da premissa que notícias m s chamam mais   aten o do que outras, associada   máxima da negatividade, que nos diz que *“bad news is good news”* (Traquina, 2008).

Na constru o dos discursos jornalísticos sobre questões ambientais, Aguiar e Shaun (2011) identificaram características da heurística do medo que, ao invés de perspectivas otimistas, utiliza o medo como forma de aprendizagem para alterar o comportamento utilizando o princípio da responsabilidade. No entanto, como a constru o discursiva da negatividade e do temor reduz a possibilidade de a o política, para os autores, o sentimento do medo coletivo   antes uma questão moral do que uma escolha  tica.

Numa pesquisa que analisa a rela o entre a ideia de crise e a sensa o de medo na revista semanal brasileira *Veja*, Tucherman e Cavalcanti (2013) concluem que há elevado uso de aspectos catastrofistas e pessimistas que *“alimentam o medo”* (e podem até desencadear pânico). Essa característica   encontrada em outros veículos de grande circula o que parecem querer chamar   aten o a qualquer custo, trocando a explica o e análise por estratégias que fomentem as emo es, como o medo.

A ênfase na dramatiza o e nos riscos pode aumentar a aten o dos públicos para o tema, mas não significa – de forma automática – que algo será feito a esse respeito. Aliás, este   um dos desafios ainda hoje discutidos na comunica o dos riscos climáticos. O chamado 'paradoxo de Giddens' reflete um pouco desta preocupa o. Giddens (2010) diz que mesmo que as ACs gerem certa preocupa o por suas consequências nocivas, o fato deste problema estar associado ao futuro e ser, em alguma medida, não palpável, faz com que as pessoas não consigam atribuir uma ideia de urgência, capaz de alterar comportamentos e atitudes. Baumann (2008), ao citar a chegada do furacão Katrina em Nova Orleans, destaca que o problema   quando tornamos as probabilidades irrelevantes – e acabamos por ignorar os sinais das possíveis catástrofes:

Consider -las improváveis ou nem mesmo pensar nelas   a desculpa para não fazer nada contra elas antes que atinjam o ponto em que o improvável vira realidade e subitamente   tarde demais para aliviar seu impacto, que dirá impedir sua chegada. E, no entanto,   exatamente isso que estamos fazendo (ou melhor, não fazendo) – diariamente, sem pensar (Baumann, 2008, p. 24-25).

  claro que a visibilidade jornalística contribui para a promo o de alertas sobre os riscos e perigos, para o seu agendamento do debate público e a divulga o de formas adequadas de agir. McQuail (2013) diz que esta   uma das explica es ou justificativas para a aten o desproporcional dada pelos jornalistas a desastres, crimes, violência, mortes e doenças. Porém,   preciso lembrar que essa comunica o   sempre regida por aptidões e normas específicas do campo jornalístico.

Os critérios de noticiabilidade são norteadores pelos acontecimentos que deverão ser ou não ser noticiados, de acordo com a linha editorial do veículo e a relevância pública, além de outras questões práticas, como

disponibilidade de tempo e de profissionais para cobrir o assunto, equilíbrio de temáticas de uma edição, etc., que delimitam o que será apresentado, com ênfase ou não, e aquilo que será ignorado. O apelo à negatividade, por exemplo, foi constatado em investigação sobre quais seriam os principais critérios de noticiabilidade utilizados pelos *media* brasileiros na cobertura das ACs - assim como senso de oportunidade, interesse (pelo) humano e conflito (Rodas e Di Giulio, 2017).

Isso explica um pouco porquê a cobertura sobre ACs costuma depender de eventos - como as Conferências das Partes (COPs) - e lançamentos de relatórios científicos - como do IPCC - ou aparecer quando há casos específicos de dramas humanos envolvendo efeitos associados à intensificação das alterações do clima. O tema apresenta uma cobertura jornalística esparsa, centrada em alguns acontecimentos (políticos ou ligados às tragédias), e carece de um olhar mais amplo, sistemático e que articule questões de enfrentamento.

McQuail (2013) afirma que, na comunicação de riscos, são eleitos aqueles critérios relacionados à dramaticidade e raridade, gerando uma percepção distorcida da verdadeira natureza dos riscos. Além disso, a imprensa costuma não apresentar, em razão de falta de conhecimento e/ou incertezas, orientações ao público, o que colabora para uma percepção de que não há nada a fazer.

Loose e Girardi (2018), em discussão sobre a prevenção e a prática jornalística, sublinham que há necessidade do jornalismo atuar de forma mais ativa, pensando no futuro (e não somente no presente). Apesar de em algumas situações existir um alargamento do debate, orientado para o futuro, a produção diária, que é maioritária, centra-se muito na discussão do acontecido, levantando questões relevantes, mas tardiamente, quando perdas já são irrecuperáveis. "Um posicionamento mais precautório e preventivo deve ser incorporado na prática jornalística de modo a possibilitar que os cidadãos conheçam os riscos que os ameaçam e possam tomar suas atitudes de maneira consciente e responsável" (Loose e Girardi, 2018, p.220).

Outra questão que se deve destacar é a fragmentação da informação e a tentativa de simplificação que fazem parte da cultura jornalística. A fim de cobrir uma ampla gama de temas e de se fazer inteligível para diferentes parcelas da população, os jornalistas buscam sintetizar as problemáticas para torná-las o mais palpável possível. Sob esta lógica, faz sentido tomar a parte pelo todo e trazer o debate do aquecimento global para ilustrar as ACs. Porém, há o efeito inverso que surge dessa apresentação: as pessoas tendem a entender o contrário - invernos mais rigorosos -, como algo que contrapõe ou tira o crédito do aumento das temperaturas característico do aquecimento global. A falha em considerar os diferentes efeitos do fenômeno podem levar os indivíduos a subestimar o grau das consequências negativas (Geiger, Middlewood e Swim, 2017).

Dessa forma, evidencia-se que, apesar da relevância da atividade jornalística e de seu potencial para disseminar informações e provocar debate, mudanças de comportamento e adesão ao enfrentamento das ACs, há várias questões próprias *do fazer* jornalístico que seguem por outro caminho. Nesse cenário não se pode esquecer que os produtos jornalísticos precisam ter atrativos para a venda, e que, cada vez mais, são 'fabricados' em menos tempo e em condições mais precárias, em decorrência de uma série de mudanças estruturais dos meios de comunicação.

## Abordagens relacionadas ao medo

A comunicação de riscos e desastres é a perspectiva que mais se aproxima da discussão aqui proposta. No entanto, percebemos que acontecimentos com alta carga de negatividade também podem se enquadrar, como terrorismo e violência. Tais notícias podem gerar um medo não intencional de diferentes durações e intensidades (McQuail, 2013).

Segundo a definição da Associação Psiquiátrica Americana (APA, 2014), o medo é a resposta emocional a ameaça iminente real ou percebida. Na obra "Psicologia do medo", Mário Gonçalves Viana (1947) discute os diferentes aspectos sobre o medo, que muitas vezes pode ter um caráter impreciso ou vago e, ainda, utilizado como sinônimo (imperfeito, segundo Viana) de terror, pavor, temor, susto e receio. O medo do risco surge como "um processo de reação defensiva da natureza dos reflexos" (Viana, 1947, p.439) em que cada indivíduo tem uma reação, seja do ponto de vista fisiológico, psíquico, do espaço ou do tempo.

No âmbito das questões ambientais, Aguiar & Schaun (2011) observaram que o medo foi construído por meio de uma série de "crises" até a noção dos riscos globais nos anos 1990, marcando os valores contemporâneos. Nos anos 1960, o medo emerge de uma "crise de participação" motivado pelo movimento ecológico contra os riscos do uso de agrotóxicos. A partir dos anos 1970 os discursos passaram a envolver uma "crise da sobrevivência" com a publicação do Clube de Roma sobre os limites do crescimento. Nos anos 1980, devido ao processo de globalização econômica (influência do neoliberalismo), cresce a "crise cultural" e inicia-se a construção do discurso do desenvolvimento sustentável e responsabilidade sobre o futuro, que culmina no Relatório Brundtland *Nosso futuro comum*, relacionando capitalismo, consumo e ambiente. É na década de 1990 que eclode a "crise ambiental" como um risco planetário passando a considerar a questão de humanidade como também do habitat.

A construção do risco sobre as ACs nos jornais do Reino Unido, por exemplo, surge em período semelhante (1985-1990). Já a noção do "risco próximo" começa a estar presente com "sentido de urgência" entre 1997-2003, assim como as abordagens sobre a influência das ACs no cotidiano e relacionadas com eventos extremos (Carvalho & Burgess, 2005). A forte ligação da agenda política na imprensa britânica reflete-se também nas linhas editoriais dos veículos de comunicação.

A tônica, a partir de consequências catastrofistas, que resultam em medo, especialmente por meio de imagens fortes (com escassez e degradação), são recorrentes em produtos jornalísticos que tratam das ACs. As emoções podem assim ser consideradas como fenômenos discursivos (Höijer, 2010). Mendonça (2010) afirma que a circulação de notícias desse tipo contribuiu para o desenvolvimento de uma "sociedade do medo" (Santos, 1992), que se acovardaria diante dos desafios. Cabecinhas, Carvalho e Lázaro (2011) assinalam que pesquisas na área têm revelado que o apelo ao medo, pode ser contraproducente, gerando apatia, incredibilidade e até impotência diante das ACs.

Estudos sobre representação social apontam o medo como sentimento comum associado às ACs juntamente com indignação, tristeza, desconfiança, impotência, raiva e pessimismo (Flores & Amigón, 2018). Do mesmo modo, no estudo de Cabecinhas, Carvalho e Lázaro (2011), com uma população estudantil de Portugal, as ACs foram consideradas como ameaça e, dentre outros resultados, revelou que há uma associação das ACs às palavras doenças, morte e destruição. Os participantes identificam-se mais com a condição de vítima do que com a de agentes potenciais de mitigação, com foco maior nos efeitos do que nas causas.



O medo é apresentado como algo permanente e generalizado que passa a fazer parte da sociedade de forma dramática junto com a fantasia. Segundo Santos (1992), sempre houve tempos em que o medo e a fantasia acompanharam a história da humanidade, mas, atualmente, estando a serviço do mercado e do poder, passaram a fazer parte do modelo de vida contemporâneo. Os *media* usam cada vez mais artifícios e recursos técnicos para captar a atenção por meio de sensacionalismo e medo.

Em revistas e produtos audiovisuais, essa estratégia é amplificada buscando criar emoções, que, de alguma forma, sensibilizem os públicos para a questão. Loose (2009), ao estudar revistas especializadas em meio ambiente no Brasil, verificou como é frequente o uso de capas com chamadas e imagens impactantes, tentando construir efeitos de sentido vinculados ao alarmismo e à preocupação com a destruição. Esta estratégia ou abordagem pode ter um impacto momentâneo, mas não garante uma transformação nas práticas.

Do mesmo modo, Nerlich e Jaspal (2014) verificaram que a maioria das imagens do relatório especial do IPCC (divulgado em 2011, sobre eventos climáticos extremos e adaptação às ACs) ilustrava apenas os eventos climáticos extremos. As imagens utilizadas na cobertura apresentaram significados emocionais de medo, desamparo e vulnerabilidade. Em alguns casos, foram identificados sentimentos de culpa e compaixão, ao invés de emoções ativas ligadas ao enfrentamento e responsabilidade. Nesses casos, as pessoas retratadas apresentavam realidades distantes dos leitores de jornais ocidentais, como inundações na Tailândia – em que as pessoas não estavam em situações de vida ou morte, pelo contrário, pareciam estar resignadas à circunstância.

Também O'Neill e Nicholson-Cole (2009), em estudos empíricos sobre representações visuais e icônicas, detectaram que, apesar de atrativas, as imagens ligadas ao medo, não conseguiram motivar de forma ampla o envolvimento pessoal para enfrentar as ACs. Imagens que tinham relações com o cotidiano e geograficamente mais próximas das pessoas mostraram-se mais eficazes.

Já Rohde (2017) aponta que filmes sobre ACs com enfoque catastrofista, que tendem a desencadear apreensão e medo, impactam por um curto período de tempo, mas não trazem reações a longo prazo. “O uso do medo nessa narrativa provocou com que o público apresentasse um aumento de conscientização pessoal sobre as alterações climáticas logo após o filme, mas essa atitude positiva não se transformou em uma mudança de comportamento duradoura [...]” (Lowe et al., 2006 apud Rohde, 2017, p.136).

Discursos que envolvem a finitude dos recursos naturais, que se popularizaram, sobretudo, na década de 1970, com o Clube de Roma, podem igualmente reforçar a ideia do medo. Segundo a tipificação dos discursos ambientais proposta por Dryzek (2005), essa linha de discurso é chamada de “sobrevivencialismo” ou “sobrevivência” e tem como foco a ideia radical da sobrecarga e colapso, em que o crescimento populacional e econômico vai atingir os limites de recursos naturais e a capacidade dos ecossistemas suportarem atividades humanas e a vida na Terra. O discurso do sobrevivencialismo usa como metáforas-chave dispositivos retóricos de doenças e imagens de desgraça e redenção – e não sinaliza caminhos.

Giddens (2010) afirma que medo e angústia não são, necessariamente, formas de motivar as pessoas – ainda mais quando tratamos das ACs, que possuem causas não visíveis ao olhar humano e consequências distantes em tempo e espaço. A abordagem, assente na ideia de catástrofe, que amedronta, pode provocar um efeito de despertar para a questão e, ao mesmo tempo, a sua recorrência levar o público a acostumar-se com o problema e não ser mais afetado pelo assunto. Pulcini (2013) avalia que o medo perdeu a sua função “produtiva”, sendo hoje, muitas vezes, apenas paralisante, na medida em que os públicos se sentem

pequenos diante dos problemas e incapazes de agir para reverter algo tão complexo e com dimensões globais. O risco cercado pelo medo e pavor, sem um suporte de medidas que orientem para uma contribuição real face a esse contexto, podem fazer com que barreiras psicológicas surjam a fim de evitar as emoções negativas (e com difícil resolução). Baumann (2008) reforça esse aspecto, afirmando que a mente cria obstáculos para não crer que o anúncio do problema seja realmente possível de torna-se realidade, sendo o maior entrave para a adoção de medidas preventivas.

Esses discursos mais “apocalípticos”, segundo Hulme (2008), fazem parte das culturas humanas. A construção das narrativas de medo vem de vivências, mas também da ansiedade frente ao desconhecido, ou seja, o medo do estranho. Ao mesmo tempo, são referências que estão situadas geograficamente, historicamente e culturalmente, e que nem sempre são apresentadas dessa forma. É neste contexto que a comunicação se enquadra.

A dramatização dos riscos em excesso e a disseminação de discursos alarmistas otimistas (como os discursos técnico-científicos do desenvolvimento sustentável), predominantes nos *media*, podem ter colaborado para a inação, apesar do aumento na conscientização e conhecimento sobre os riscos associados às ACs (Carvalho, 2012). Carvalho, van Wessel, & Maesele (2016) criticam a cientificização como uma forma de despolitizar o público ao propor as ACs como – unicamente - um problema científico ou técnico. A cientificização reproduz o consenso dentro da ciência do clima para um consenso político deslegitimando outros atores, reduzindo a formulação de políticas, colocando em causa um trabalho conjunto entre ciência e política, e tende a afastar ainda mais outros tipos de atores, como os cidadãos.

O medo também pode ter favorecido o crescimento dos céticos por considerarem que a ciência e a política climática são discursos propagados pelos ambientalistas liberais e o governo para diminuir a liberdade dos cidadãos e interferirem no mercado (Hoffman, 2011). Nesse sentido, a ideologia político-partidária também pode ter influência nas emoções do público quanto às ACs (Nisbet, 2009). Na pesquisa de Feldman & Hart (2018) foi identificado que o sentimento de raiva produziu maior polarização entre liberais e conservadores na mitigação dos riscos após a exposição de grupos focais a uma variedade de imagens e textos (imagens de inundações, chaminé de fábricas, painéis solares e marchas políticas, e textos de apenas impactos, apenas ações, e ambos os impactos e ações). A ideologia neoliberal, que promove o interesse próprio em detrimento do coletivo, também pode desencorajar as ações em prol do enfrentamento das ACs e servir para deslegitimar o envolvimento dos cidadãos, afinal muitas das soluções neste caso envolvem ações democráticas ou governamentais, como regulamentação, intervenção do governo e ação a nível comunitário – e não a ideia de que as forças do mercado resolverão o problema (Geiger, Middlewood e Swim, 2017).

Como podemos notar, o medo acaba sendo uma abordagem usada para interesses diferentes. Tem sido observado um crescimento de pesquisas sobre o lado afetivo e emocional das ACs, segundo Moser (2016), devido à falta de preocupação irracional dos que não “acreditam” e o quase desespero de cientistas e dos que já experimentam os impactos das ACs frente à ação proporcional ou falta dela. O que é sabido hoje é que a abordagem de catástrofe e o medo forja reações, mas não necessariamente as mesmas – e muito menos aquelas pretendidas pelos emissores das mensagens.

Há muitos fatores que precisam ser considerados, ainda que existam pistas de que, bem aplicada, este tipo de comunicação pode gerar persuasão, alerta e, em alguns casos, até possibilidade de mudança. Viana (1947, p.445-446) defende que o medo “em doses razoáveis – produz reacções psíquicas e sociais fundamentalmente benéficas” sendo usado como um “corretivo social e até fonte de progresso”. É preciso

discutir a estratégia de comunicação de forma mais abrangente, levando em consideração perfis de público, recorrências de exibição, contextos próximos e “dosagem” de medo apresentado. Há variadas maneiras de incluir essa perspectiva no jornalismo. Raser e Bradley (2017) afirmam que se o objetivo é o de comunicação de risco, persuasão e mudança de comportamento, os apelos de medo não evidenciaram uma eficácia real e podem ser até contraproducentes; porém, se o objetivo é comunicar e envolver o público, então tal abordagem é mais eficaz.

### **O que gera enfrentamento?**

Diante do que foi apresentado, podemos aliar a abordagem do medo ao enfrentamento das ACs? Esta é uma resposta difícil e dependente de uma série de fatores que precisam ser estudados caso a caso. O engajamento público para o enfrentamento pode ser definido como uma avaliação e resposta dos indivíduos às ACs (Lorenzoni, Nicholson-Cole & Whitmarsh, 2007). Desta forma, envolve três dimensões: 1) a emoção, 2) o conhecimento e 3) o comportamento, ou seja, está diretamente relacionado com o que as pessoas sentem, pensam e fazem sobre as ACs. Esses múltiplos fatores interagem de forma diferente, de acordo com as experiências, bagagens culturais e contextos sociais que constituem cada sujeito, e adquirem maior relevância quando articulados de forma coletiva. Assim, são necessários esforços na comunicação para promover o engajamento baseado na comunidade, envolvendo representantes locais e expandindo o papel do indivíduo para novas formas cívicas, e incentivar a mudança social e a participação pública nos processos políticos como resposta às ACs (Whitmarsh, O’Neill, & Lorenzoni, 2013).

A dimensão da emoção pode desempenhar um papel crítico para a tomada de decisão como também pode ser uma forma de motivação ou resistência, apoio ou oposição às políticas, e, na saúde e bem-estar. Moser (2016) elencou as cinco principais barreiras psicológicas e discutiu como a comunicação pode ser mais assertiva seguindo determinadas abordagens. A “distância” é o primeiro aspecto, a necessidade de aproximação da questão, em outras palavras, comunicar que as ACs estão acontecendo “aqui e agora”. A “destruição” é a barreira mais próxima do medo, é preciso mostrar que houve perdas, em contrapartida existem histórias de superação e em que há oportunidade de mudança para evitar danos maiores. A barreira da “dissonância” é contra a culpa, sem conectar o conhecimento à ação, pode ser enfrentada através da comunicação do alto grau de consenso científico e a ênfase na prevenção. A comunicação contra a barreira da “rejeição” (ou negação) pode ser enfrentada através de *feedback* positivo como sinais de mudança valiosa. E, por último, a barreira da mudança de “identidade”, ou melhor, da resistência a mudança, requer uma comunicação voltada ao senso coletivo, como também abordada por Whitmarsh, O’Neill & Lorenzoni (2013), com histórias de transformação positiva, espaço para discutir uma variedade de políticas e respostas. Ainda no âmbito das barreiras emocionais, Caillaud et al. (2016) analisaram a responsabilidade coletiva pelos problemas ecológicos com estudantes franceses e identificaram duas estratégias principais para lidar com o desconforto: negação da responsabilidade ou minimização das consequências da poluição. Na estratégia da minimização surgiram variadas comparações sociais entre outros países e a característica da negociação da identidade apontou que os grupos recorrem a outras categorias que permitem restaurar uma identidade social mais positiva. Neste caso, “Os grupos mudaram da identidade social francesa e parisiense

para habitante de um país rico (em oposi o a "país pobre") e para habitante da cidade (em oposi o ao habitante "rural") quando o grupo nacional   percebido como o responsável (Caillaud et al., 2016, p.15). Já a dimensão do conhecimento (ou dimensão cognitiva)   frequentemente associada   interpreta o de informa es, que circulam na sociedade, sobretudo, por meio dos *media*. Apesar dessa dimensão carecer de mais aten o, destaca-se que muitas mensagens são técnicas demais, pouco frequentes e/ou afastadas do cotidiano dos públicos (Loose, 2016) e o fato das pessoas serem bem informadas não corresponde a uma mudança de comportamento automaticamente. Uma investiga o feita em Portugal mostra que os participantes que consumiam mais informa o sobre o tema reportaram níveis mais elevados de a es do que aqueles que recebiam as informa es pontuais, mas o fato de obter mais conhecimento, ainda que possa gerar uma maior quantidade e variedade de intenc es comportamentais, não representa um aumento nas a es de mitiga o (Cabecinhas, Carvalho e Lázaro, 2011).

Por fim, a dimensão comportamental   influenciada por aspectos cognitivos e afetivos (Lázaro, Cabecinhas e Carvalho, 2011). Mesmo tendo o conhecimento adequado e sentindo a urgência de uma outra prática, a a o em si mesma ainda depende de outros fatores, que variam bastante de grupo para grupo. Lorenzoni, Nicholson-Cole e Whitmarsh (2007) pontuam que o grau de envolvimento de cada um com as ACs possui rela o próxima com valores, constituidores de sua realidade social.

Ressalta-se que, embora estudos demarquem especificidades da compreensão das ACs e de como elas poderiam ser enfrentadas, não há uma resposta padrão, sendo necessário o avanço de investiga es com grupos mais específicos. Parte-se aqui da ideia que o jornalismo possui um papel-chave, por ser um mediador com credibilidade e de amplo alcance social, capaz de pautar a agenda pública. Carvalho, van Wessel, & Maesele (2016, p.3) argumentam que as ACs são "fundamentalmente uma questão política" e que a comunica o   chave para o engajamento político do público. O jornalismo, neste sentido, deve envolver os diferentes tipos de atores, criando capacidade de agir nos cidadãos, que questionem as estruturas de poder e criem alternativas sustentáveis, como também façam escolhas políticas mais conscientes.

Para envolver as pessoas a mudar seus comportamentos e atitudes em rela o às ACs, antes   preciso que elas percebam a gravidade do risco que está associado às constantes emissões de GEE. Para que se rompam algumas barreiras sociais, culturais e psicológicas que dificultam a comunica o do tema, experiências voluntárias de maior conexão com a natureza, como o cultivo de hortas, por exemplo, podem despertar para nossa dependência em rela o ao ambiente natural e chamar aten o para suas altera es, assim como experiências involuntárias,   já associadas a efeitos claramente referentes às ACs, como o aumento do nível do mar (Geiger, Middlewood e Swim, 2017).

A ênfase nas perdas   outro elemento que deve ser considerado quando pensamos em engajamento. Linden, Maibach e Leiserowitz (2015) discutem que as solu es para as ACs costumam estar vinculadas a perdas de hábitos adquiridos (como redu o de energia), de conforto (troca do carro de uso individual por transporte coletivo) ou de rendimentos (maior taxaço/impostos). Já as perdas decorrentes da ina o são apresentadas como algo futuro e incerto, encorajando, assim, a aposta na manuten o do *status quo*.

Além disso, uma cobertura jornalística frequente e alinhada com propostas que revelem caminhos para o enfrentamento facilitam a compreensão da popula o. Assim como a falta de discussão diminui a percep o do risco (Geiger Middlewood e Swim, 2017), a ênfase em aspectos negativos pode paralisar os indivíduos (Giddens, 2010).   preciso que os jornalistas e veículos de comunica o percebam o seu papel neste cenário.

Por exemplo, os *media* podem transformar o fenômeno científico abstrato das ACs em representações sociais ou cotidianas, como constatou Höjjer (2010) em uma análise dos *media* na Suécia. Neste caso, foi identificado que os *media* de forma positiva ancoram e objetivam a questão dentro de uma mistura de emoções de medo, esperança, culpa, compaixão e nostalgia. Com base na teoria das representações sociais, a ancoragem aproxima o desconhecido da esfera familiar das quais as emoções fazem parte e a objetificação materializa o abstrato com exemplos concretos.

Kitzinger e Reilly (2002) destacam que os jornalistas trabalham com fatos concretos e não acontecimentos projetados, por isso, existe a dificuldade de cobrir riscos e consequências futuras, que ainda estão no campo das projeções e são permeados por incertezas. Este é mais um limitador da atuação jornalística, marcada por uma lógica do presente – e não do futuro. Liu, Vedlitz e Alston (2008), ao mostrarem os efeitos e as possibilidades de enfrentamento que podem ser adotados na escala local, sugerem que esse é um caminho para romper a ideia abstrata e distante que os cidadãos costumam ter sobre as ACs, gerando familiaridade e uma resposta mais positiva frente aos riscos climáticos.

Em caso de emergências, dos efeitos reais (e não apenas previstos) das ACs, os jornalistas devem buscar um meio-termo entre os relatos que ocultam a dimensão do problema, podendo resultar em passividade ou falta de preocupação, e aqueles que os exageram, causando medo e até pânico. Também os relatos que apontam para a superação do problema devem estar presentes. “(E)l periodista - consciente de su poder y de su deber - busca el justo medio, de modo que no solo abre los ojos de la audiencia a la realidad catastrófica, sino que estimula la esperanza al mostrar y demostrar que hay posibilidades” (Restrepo Ramírez, 2018, p.33).

É preciso estar atento com a forma e os conteúdos das mensagens divulgadas por meio do jornalismo porque elas influenciam a amplificação ou atenuação das percepções dos públicos. O enfrentamento das ACs requer estratégias diversas, associadas a cada perfil de público, de modo a evitar generalizações que acarretem mais apatia e desesperança do que respostas ao problema. Entretanto, como afirma Loose (2016, p.201): “[...] é preciso não ver o jornalismo como a panaceia neste contexto de riscos climáticos. Já foi dito que o processo de comunicação das ACs possui limites e atinge o público de forma diferenciada, conforme os repertórios culturais e as condições sociais, econômicas e políticas postas”.

O fenômeno das AC envolve uma questão ambiental, cultural, política e física que tem provocado as pessoas para remodelarem o que pensavam de si mesmas e sobre o futuro. Para Hulme (2015), é preciso que haja uma articulação clara entre os valores culturais e políticos, que pode ser promovida através de narrativas diversas e inspiradoras. Já Beck (2017), na obra “A Metamorfose do Mundo”, assinala a possibilidade de uma viragem cosmopolita da nossa vida contemporânea – definida por meio do “catastrofismo emancipatório”. A partir da ameaça potente das ACs para a humanidade e o planeta, Beck (2017, p.167) entende que “o horizonte normativo de um destino partilhado se forma na ameaça existencial para a humanidade”, podendo daí surgir novos espaços de responsabilidade e de ação.

### **Considerações a respeito dos apelos de medo**

Ainda que o medo e fatores associados a ele sejam mencionados com recorrência na literatura da comunicação das ACs, não há evidências claras que seu uso pode, de fato, gerar um enfrentamento massivo

da questão. Não há uma resposta única a respeito de se deve ou como usar o medo na comunicação dos riscos climáticos. Raser e Bradley (2017), por exemplo, apresentam argumentos que encorajam a aplicação. Para os autores, os apelos ao medo têm efeitos que variam de acordo com objetivo, fonte, conteúdo, modo de apresentação, público e contexto da mensagem.

O medo é um recurso facilmente identificável em discursos jornalísticos, pois pode estar articulado ao drama, à crise, ao negativismo, ao conflito, à emoção, à morte, dentre outros parâmetros (ou critérios de noticiabilidade) adotados pelos jornalistas para transformar um fato em notícia. No caso específico da cobertura das ACs, os efeitos são maioritariamente enquadrados sob tais aspectos e, quando exagerados ou apresentados com alta frequência, amplificam o seu potencial. Investigar como tais questões modificam (ou não) as percepções dos sujeitos para a mobilização de comportamentos diante das ACs é um esforço de investigação ainda repleto de lacunas.

Sob outro ângulo, é preciso lembrar dos limites do próprio jornalismo (e dos *media* de forma geral). Mesmo que muitos estudos sugiram que a cobertura jornalística influencia a preocupação que as pessoas têm sobre as ACs, o consumo de notícias não gera necessariamente um melhor conhecimento sobre o assunto ou o enfrentamento sob forma de mudanças de atitudes de forma linear (Krosnick, Holbrook e Visser, 2000). Apesar de os *media* serem sinalizados como a principal fonte de informação sobre este assunto e dos sujeitos reconhecerem a gravidade do problema, isso nem sempre leva às ações de mitigação e adaptação (o nível de conhecimento não é proporcional à mudança de comportamento).

Shome e Marx (2016) apontam quatro aspectos que devem ser considerados pelos comunicadores das ACs, a saber: 1) identificar quais são os riscos que querem apresentar ao público e aí demonstrar relações com questões palpáveis; 2) mesclar informações com apelo emocional e outras com abordagem mais analítica; 3) reconhecer que o público tem outros problemas e buscar equilíbrio entre estas questões e as das ACs; e 4) tornar as pessoas conscientes do entorpecimento emocional e incentivá-los a refletir sobre seu nível de preocupação em relação às ACs. Acrescentamos a necessidade de exposição de medidas simples que podem ser adotadas no dia a dia das pessoas para que possam auxiliar com a diminuição de GEE, por exemplo. A perspectiva do medo pode chamar atenção momentaneamente, mas precisa ser acompanhada de outras estratégias para surtir enfrentamento.

Por fim, constatamos que há escassez de literatura sobre estudos que discutam ou analisem a questão do medo na cobertura das alterações climáticas relacionada com seu enfrentamento, mote deste trabalho. A nossa contribuição com este trabalho visa enfatizar, a partir da pesquisa bibliográfica e de esforço reflexivo-analítico, que, a fim de mobilizar as pessoas para o enfrentamento das ACs, as dimensões cognitiva, afetiva e comportamental dos sujeitos precisam ser mais estudadas. Avaliamos que o medo é uma resposta à ameaça climática com múltiplas possibilidades, a depender do contexto e das vivências de cada um.

Salientamos que, para avançar na perspectiva preventiva e na adoção de estratégias de mitigação e adaptação às ACs, é preciso que mais estudos, sobretudo empíricos, envolvendo o papel do jornalismo e a sensação de medo ou exagero das implicações dos riscos climáticos sejam realizados, de modo a entender como motivar ou trazer à ação os cidadãos.

## Referências bibliográficas

- Aguiar, L., & Schaun, Â. (2011). Heurística do Medo : mídia e meio ambiente na sociedade de risco. *Revista Ação Midiática - Estudos Em Comunicação, Sociedade e Cultura*, 1(2).
- Amaral, M. F. (2013). Os testemunhos de catástrofes nas revistas brasileiras: do medo individual à paternização midiática. *Revista Contratempo*, 26(1), 71-86.
- APA, American Psychiatry Association (2014) Manual Diagnóstico e Estatístico dos Transtornos Mentais – DSM-5. 5ª ed. Porto Alegre: Artmed.
- Bauman, Z. (2008). *Medo líquido*. Rio de Janeiro: Zahar.
- Beck, U. (2017). A metamorfose do mundo - como as alterações climáticas estão a transformam a sociedade. Lisboa: Edições 70.
- Boykoff, M. T. (2011). *Who speaks for the climate? Making sense of media reporting on Climate Change*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Boykoff, M. T., & Boykoff, J. M. (2004). Balance as bias: global warming and the US prestige press. *Global Environmental Change*, 14(2), 125–136. doi:10.1016/j.gloenvcha.2003.10.001
- Boykoff, M. T., & Boykoff, J. M. (2007). Climate change and journalistic norms: A case-study of US mass-media coverage. *Geoforum*, 38(6), 1190–1204. doi: 10.1016/j.geoforum.2007.01.008
- Cabecinhas, R., Carvalho, A. & Lázaro, A. (2011) Representações sociais sobre alterações climáticas. In Carvalho, A. (Org.) *As Alterações climáticas, os média e os cidadãos* (pp.177–194). Coimbra: Grácio.
- Caillaud, S., Bonnot, V., Ratiu, E., & Krauth-Gruber, S. (2016). How groups cope with collective responsibility for ecological problems: symbolic coping and collective emotions. *British Journal of Social Psychology*, 55(2), 297-317. doi:10.1111/bjso.12126
- Carvalho, A. (2012). Cambio climático, medios de comunicación y la paradoja del conocimiento y la inacción. In J. L. P. Raigada, J. C. Á. Coghlan, G. T. Alonso, M. V. Mariño, & J. A. G. Moya (Eds.), *Comunicación, controversias e incertidumbres frente al consenso científico acerca del Cambio Climático* (pp.81–107). La Laguna: Sociedad Latina de Comunicación Social.
- Carvalho, A., & Burgess, J. (2005). Cultural circuits of climate change in U.K. broadsheet newspapers, 1985-2003. *Risk Analysis*, 25(6), 1457–1469. doi:10.1111/j.1539-6924.2005.00692.x
- Carvalho, A., Pereira, E., Rodrigues, A. T., & Silveira, A. P. (2011). A reconstrução mediática das alterações climáticas. In *As Alterações climáticas, os média e os cidadãos* (pp.105–144). Coimbra: Grácio.
- Carvalho, A., van Wessel, M., & Maesele, P. (2016). Communication practices and political engagement with climate change: A Research Agenda. *Environmental Communication*, 11(1), 122–135. doi:10.1080/17524032.2016.1241815
- Dryzek, J. (2005). *The politics of the Earth - Environmental discourses* (2º). Nova Iorque: Oxford University Press.
- Feldman, L., & Hart, P. S. (2018). Is There Any Hope? How Climate Change News Imagery and Text Influence Audience Emotions and Support for Climate Mitigation Policies. *Risk Analysis*, 38(3), 585–602. doi: 10.1111/risa.12868
- Fernández-Reyes, R. (2018). The communication of adaptation to Climate Change in spanish press . In: Fernández-Reyes, R. & Rodrigo-Cano, D. (Orgs.) *La comunicación de la mitigación y la adaptación*

- al cambio climático (pp. 135-176). Espanha: Ediciones Egregius, 1<sup>a</sup> Edici n.
- Flores, R. C. & Amig n, E. T. (2018). Las emociones en las representaciones sociales del cambio climático. *Educar em Revista*, 34(68), 217-233. doi: 10.1590/0104-4060.55684
- Geiger, N., Middlewood, B., & Swim, J. (2017). Psychological, Social, and Cultural Barriers to Communicating about Climate Change, 1 (Climate Change Communication). doi:10.1093/acrefore/9780190228620.013.377
- Giddens, A. (2010). *A política da mudança climática*. Rio de Janeiro: Zahar.
- Hoffman, A. J. (2011). The culture and discourse of climate skepticism. *Strategic Organization*, 9(1), 1–8. doi: 10.1177/1476127010395065
- H ijer, B. (2010). Emotional anchoring and objectification in the media reporting on climate change. *Public Understanding of Science*, 19(6), 717–731. doi:10.1177/0963662509348863
- Hulme, M. (2008). The conquering of climate: discourses of fear and their dissolution. *The Geographical Journal*, 174(1), 5-16.
- Hulme, M. (2015). (Still) Disagreeing about climate change : What way forward? *Zygon: Journal of Religion and Science Special Issue*, 1–14.
- Kasperson, R., Renn, O., Slovic, P., Brown, H., Emel, J., Goble, R., Kasperson, J., Ratick, S. (1988) The social amplification of risk: a conceptual framework. *Risk Analysis*, 8(2), 177 -187.
- Kitzinger, J.; Reilly, J. (2002). *Ascens o e queda de notícias de risco*. Coimbra: Edi es MinervaCoimbra.
- Krosnick, J.; Holbrook, A.; Visser, P. (2000). The impact of the fall 1997 debate about global warming on American public opinion. *Public Understanding of Science*, 9, 239-260.
- Lázaro, Cabecinhas e Carvalho (2011) Uso dos media e envolvimento com as altera es climáticas. In Carvalho, A. (Org.) *As Altera es climáticas, os media e os cidadãos* (pp.195–222). Coimbra: Grácio.
- Linden, S.C., Maibach, E.W., & Leiserowitz, A. (2015). Improving Public Engagement with Climate Change: Five "Best Practice" Insights From Psychological Science. *Perspectives on psychological science : a journal of the Association for Psychological Science*, 10 6, 758-763 .
- Liu, X.; Vedlitz, A.; Alston, L. (2008). Regional news portrayals of global warming and climate change. *Environmental Science & Policy*, 11, 379-393.
- Loose, E. B.; Girardi, I. M. T. (2018). Antes do desastre: notas a respeito do Jornalismo, da comunica o de riscos, da preven o e do envolvimento cidadão. *Media oes Sociais*, 17, 209-222.
- Loose, E. B. (2016). Riscos climáticos no circuito da notícia local: percep o, comunica o e governança. Programa de Pós-Gradua o em Meio Ambiente e Desenvolvimento (Tese), Universidade Federal do Paraná.
- Loose, E. B. (2009). Revistas especializadas em Meio Ambiente: A presença da Est tica da Repeti o e o reforço dos Estereótipos. *Materia Prima* (Faculdades COC), 3, 38-49.
- Lorenzoni, I; Nicholson-Cole, S; Whitmarsh, L. (2007). Barriers perceived to engaging with climate change among the UK public and their policy implications. *Global Environmental Change*, v.17, p.445-459.
- McQuail, D. (2013). *Teorias da comunica o de massa*. Porto Alegre: Penso.
- Mendonça, F. (2010). Dimens es regionais das mudanças climáticas globais e educa o ambiental: Alguns aspectos da região Sul do Brasil. *Caderno Tem tico da Educa o Ambiental na Escola*. Disponível em:



- <http://www.observatoriogeograficoamericalatina.org.mx/egal12/Procesosambientales/Climatologia/38.pdf>
- Moser, S. (2017). "Communicating Climate Change Adaptation and Resilience". Oxford Research Encyclopedia of Climate Science.
- Moser, S. C. (2010). Communicating climate change: history, challenges, processes and future directions. *WIREs Climate Change*, 1, 31–53. doi:10.1002/wcc.11
- Moser, S. C. (2016). Reflections on climate change communication research and practice in the second decade of the 21st century: What more is there to say? *Wiley Interdisciplinary Reviews: Climate Change*, 7(3), 345–369. doi: 10.1002/wcc.403
- Nerlich, B. & Jaspal, R. (2014) Images of Extreme Weather: Symbolising Human Responses to Climate Change, *Science as Culture*, 23(2), 253-276, doi: 10.1080/09505431.2013.846311
- Nisbet, M. C. (2009). Communicating Climate Change: Why Frames Matter for Public Engagement. *Environment: Science and Policy for Sustainable Development*, 51(2), 12–23. doi: 10.1080/09505431.2013.846311
- Olausson, U. (2011). We're the Ones to Blame: Citizens' Representations of Climate Change and the Role of Media. *Environmental Communication: A Journal of Nature and Culture*, 5(3), 281-299.
- O'Neill, S.; Nicholson-Cole, S. (2009). "Fear Won't Do It" - Promoting Positive Engagement with Climate Change through Visual and Iconic Representation. *Science Communication*, 3(30), 355-379.
- Painter, J. (2013). *Climate Change in the Media: Reporting Risk and Uncertainty*. London: I.B. Tauris & Co. Ltd.
- Pulcini, E. (2013). Reaprender a reacear: a percepção dos riscos na era global. In: Innerarity, D.; Solana, J. (Orgs.). *A humanidade ameaçada: a gestão dos riscos globais*. Lisboa: Teodolito. pp.127-141.
- Raser, J. P., Bradley, G. L. (2017). Fear Appeals in Climate Change Communication. In: *Oxford Research Encyclopedia of Climate Science*.
- Restrepo Ramírez, J. D. et al. (2018). *Pistas para narrar emergencias: periodistas que cubren en zonas de desastre*. Bogotá: Fundación Konrad Adenauer.
- Rodas, C.; Di Giulio, G. (2017). Mídia brasileira e mudanças climáticas: uma análise sobre tendências da cobertura jornalística, abordagens e critérios de noticiabilidade. *Revista Desenvolvimento e Meio Ambiente*, 40, 101-124.
- Rohde, L. A. (2017). *Quem Tem Medo do Aquecimento Global? A Influência das Imagens na Mudança de Atitude*, *Revista Comunicare*, 17 (1), 134-151.
- Santos, M. (1992). 1992: A redescoberta da natureza. *Estudos Avançados*, 6(14), 95-106.
- Shome, D.; Marx, S. (2016). *A comunicação das mudanças climáticas – Um guia para cientistas, jornalistas, educadores, políticos e demais interessados/ Centro de Pesquisas sobre Decisões Ambientais (CRED)*.
- Stoutenborough, J.; Fette, R.; Vedlitz, A.; Goldsmith, C. (2014). Understanding the Communication of Climate Change Risk: Climate Scientists' Perspectives of Media Sources and Policy Makers. *Risk, Hazards & Crisis in Public Policy*, 5(4), 365-384.
- Traquina, N. (2008). *Teorias do jornalismo*. A tribo jornalística – uma comunidade interpretativa transnacional. Florianópolis: Insular

*Tucherman, I. & Cavalcanti, C. C. B. (2013). Apostando nos riscos: como a Veja apresenta o nosso futuro. Revista Contracampo, 26(1), 4-20.*

Viana, M. G. (1947). *Psicologia do medo*. Porto: Domingos Barreira.

Warner, J., & Boas, I. (2017). Securitização das mudanças climáticas: o risco do exagero. *Ambiente e Sociedade, XX(3)*, 207–228.

Whitmarsh, L., O'Neill, S., & Lorenzoni, I. (2013). Public engagement with climate change: what do we know, and where do we go from here? *International Journal of Media & Cultural Politics, 9(1)*, 1–23.

*Submitted: 4<sup>th</sup> February 2019*

*Accepted: 21<sup>st</sup> December 2019*

**How to quote this article:**

Balbé, A. D. & Loose, E. B. (2020). Jornalismo, medo e alterações climáticas: articulações possíveis para pensar o enfrentamento dos riscos climáticos. *Observatorio, 14(2)*, 38-55.