



## **A (Ir)racionalidade Comunicativa das Mudanças Climáticas na Mídia<sup>1</sup>**

Robério COUTINHO<sup>2</sup>

Heitor ROCHA<sup>3</sup>

Universidade Federal de Pernambuco, Recife, PE

### **Resumo**

O trabalho investiga a ação comunicativa da mídia internacional sobre as mudanças climáticas a partir do relatório do Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento Humano sobre o fenômeno do clima. A análise é de natureza teórico-epistemológica do campo jornalístico, subsidiada pela teoria do agir comunicativo numa perspectiva habermasiana, constituída mediante pragmática construtivista. Os resultados iniciais da pesquisa, contudo, evidenciam que a mídia tem privilegiado a praxe comunicativa numa abordagem com fins teleológicos e perlocucionários. A conjuntura tem limitado o sentido social da cobertura, visto que tem reduzido o entendimento sobre o real problema do clima à população, sobretudo, para as mais vulneráveis economicamente, tolhendo assim, uma circulação comunicativa capaz de mobilizar força pública para adoção de ações políticas condizentes ao entendimento da crise.

### **Palavras-chave**

Agir comunicativo; mudanças climáticas; mídia; esfera pública; jornalismo.

### **Introdução**

As mudanças climáticas já aconteceram há milhares de anos no planeta. A sua causa sempre esteve relacionada às questões naturais. É possível verificar o exposto, por meio da reconstrução do clima passado, observados através das várias glaciações. O problema é que a atual mudança do clima é de origem antrópica (IPCC, 2007). O homem tem sido o causador da alteração. A situação decorre do modo de consumo e o estilo de vida moderno. A nova conjuntura foi capaz de mudar a estrutura físico-química da atmosfera e dos oceanos, promovendo, por conseguinte, uma nova era geológica. Em suma, vivenciamos um marco para a história da humanidade, uma vez que não havia precedentes de uma alteração do equilíbrio dinâmico do planeta em função da ação do homem.

---

<sup>1</sup>Trabalho apresentado no DT 8 – Estudos Interdisciplinares da Comunicação do XV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 12 a 14 de junho de 2013.

<sup>2</sup> Mestrando do Curso de Comunicação do CAC-UFPE, email: [belcoutinho@gmail.com](mailto:belcoutinho@gmail.com).

<sup>3</sup> Orientador do trabalho. Profº do Mestrado do Curso de Comunicação do CAC-UFPE, email: [hclrocha@gmail.com](mailto:hclrocha@gmail.com).



As catástrofes ambientais em função do novo fenômeno climático chama significativa atenção para os problemas ligados à temática, cujos quais têm consequências nas dimensões sociais, econômicas e políticas, a exemplo das transformações nos fenômenos atmosféricos que têm provocado secas severas, enchentes, ondas de calor e de frio, entre outros. Neste sentido, as novas mudanças climáticas têm promovido uma intensa e extensa repercussão sobre a necessidade de práticas mitigatórias, adaptativas e sustentáveis.

Assim sendo, evidencia-se a conexão do homem com o clima numa racionalidade que necessita superar uma consciência ambiental reducionista - aquela que exclui a perspectiva social da sua concepção (socioambiental). Dessa forma, valida-se a premissa de que é preciso inserir a dimensão humana quando se pensa e fala na questão climática, superando a vertente tradicional centrada apenas no âmbito natural, principalmente, sobre fauna e flora. Neste viés, para a sociedade mundial alcançar a respectiva compreensão superior, a categoria da comunicação deve também ser incorporada no bojo desse debate. A atenção voltada para a ação comunicativa se faz necessária, tendo em vista que ela é a premissa fundamental para constituição de sentido sobre qualquer realidade interpretada e constituída pela sociedade.

Não obstante, a noticiabilidade das novas mudanças climáticas, um dos problemas socioambientais contemporâneos – dimensão mais urgente, mais grave e mais profunda da crise ambiental do século XXI (GIDDENS, 2010), que demanda uma maior compreensão sobre o problema, tem sido veiculada amplamente pela mídia. O respectivo agendamento da pauta cresce exponencialmente desde a ocorrência do furacão Katrina, nos EUA, em 2005, seguido da divulgação do relatório sobre a alteração o clima (AR4), em 2007, do Painel Intergovernamental das Mudanças Climáticas (IPCC – sigla em inglês), organismo das Organizações das Nações Unidas.

Os meios de comunicação têm introduzido e aprofundado a cobertura das novas mudanças climáticas (MCs) no debate da esfera pública internacional. Este mecanismo é indispensável para promover o entendimento da sociedade sobre o referido problema, uma vez que, somente por meio do acesso à informação para todos, que passa a existir a possibilidade de transformar a realidade cotidiana em defesa da própria sociedade.



## O Agir Comunicativo e o Construtivismo na Mídia

Vale ressaltar que nenhum estudo de caso é objeto deste trabalho. Ele é centrado na investigação conceitual sobre o ‘agir comunicativo’ das mudanças climáticas praticadas pela mídia internacional. A referida análise tem como base a avaliação do Pnud (2008) sobre a cobertura da mídia mundial em relação às MCs. O órgão internacional entende que “os *media* são a principal fonte de informação para o público em geral no que respeita à ciência das alterações climáticas” (ibidem, p. 64), bem como alerta para o seu “papel de grande importância (social) e de enorme responsabilidade (pública)” (ibidem).

Contudo, a avaliação do Pnud aponta para uma cobertura midiática deficiente que não consegue esclarecer a complexidade da temática. Relata ainda que a cobertura tem sido feita de forma descontinuada, pontual e sensacionalista, além de apresentar problemas de equilíbrio editorial, dentre outros. O tratamento da mídia sobre as MCs, diz o órgão, promove uma consciência pública limitada sobre a importância de apoiar medidas de adaptação à resiliência<sup>4</sup> – tal como a ajuda à desenvolvimento mundial para a adaptação.

Diante da análise, o nosso estudo discorre a cerca da investigação do campo epistemológico do jornalismo, tendo como referência a análise da racionalidade comunicativa da cobertura midiática das MCs numa perspectiva em Habermas (2012), com base na teoria do Agir Comunicativo. A referida conceituação “(...) transpassa os limites da teoria weberiana da ação, talhada conforme o figurino da racionalidade e do agir teleológico” (HABERMAS, 2012, p. 5). O agir comunicativo é alicerçado por uma ação ilocucionária, aberta a crítica, voltada ao entendimento enquanto função prioritária da linguagem, focada ao diálogo enquanto processo dialógico à compreensão mútua.

O respectivo exercício auxilia para mostrar os interesses e visões de mundo de grupos sociais distintos e de suas construções culturais e históricas. É, nesta perspectiva, que o agir comunicativo se valida, na medida em que urge pelo reestabelecimento da função originária da comunicação enquanto processo de troca de símbolos entre os envolvidos para garantir o entendimento comum na referida ação comunicativa. Nesta perspectiva, “... tem início uma mudança de paradigma, a qual se configura como uma passagem da

---

<sup>4</sup> É a capacidade de um ecossistema de se recuperar e retomar as mesmas funções após um determinado impacto (seca, enchente, desmatamento etc.). O termo resiliência vem da física (Fonte: WWF Brasil - [http://www.wwf.org.br/natureza\\_brasileira/especiais/dia\\_do\\_meio\\_ambiente/mudancas\\_climaticas\\_adaptacao/](http://www.wwf.org.br/natureza_brasileira/especiais/dia_do_meio_ambiente/mudancas_climaticas_adaptacao/))



atividade teleológica para a comunicativa” (HABERMAS, 2012, p. 4). Nesta direção, materializa-se a vertente da ação comunicativa enquanto processual em torno da compreensão compartilhada dos envolvidos na ação, superando o entendimento centrado na (“racionalização” e “reificação”)<sup>5</sup>.

No entanto, na contramão deste percurso desejado, conforme pontua o Pnud (2007, p. 67), a mídia tem feito uma cobertura priorizada “nos riscos de catástrofes do que nas ameaças imediatas para o desenvolvimento humano”. Diz o órgão: há uma “tendência de focar nas emergências atuais e nos futuros acontecimentos apocalípticos, obscurecendo (...) os mais perigosos efeitos a médio prazo das alterações climáticas, que se intensificarão, junto dos povos altamente vulneráveis” (idibem). O diagnóstico preocupante provoca uma necessária discussão sobre a atual pragmática e praxe jornalística ainda centrada na (ir)racionalidade comunicativa, voltada para fins mercadológicos e políticos de grupos hegemônicos.

A comunicação é indispensável para a constituição da identidade do indivíduo e do seu papel social. Habermas (2012, p. 52) lembra que a “delimitação de um mundo subjetivo acontece numa relação complementar com o mundo social”. O autor defende que a formação da identidade ocorre na medida em que o indivíduo alcança a compreensão necessária que lhe permite interagir no mundo da vida, regida por normas sociais. Não obstante, a abordagem deste trabalho, aponta as diferenciações epistemológicas do fazer comunicativo midiático, por meio da cobertura jornalística das mudanças climáticas, as quais contribuem para identificar as funções sociais de cada perspectiva, através das praxes ilocucionária e perlocucionária da referida noticiabilidade.

### **A Esfera Pública e o Agendamento/enquadramento das Mudanças Climáticas**

Os atores sociais só podem agir numa dimensão pública, quando a eles é oferecida a oportunidade de conceber livremente e autonomamente uma perspectiva de interesse coletivo. Para Habermas (1997, p. 105), a esfera pública é um ambiente da vida social onde se pode surgir a opinião pública e ela decorre da condição ideal quando os cidadãos agem como público em relação a assuntos de relevância para todos sem sofrerem limitações.

---

<sup>5</sup> “se insere numa linha de pensamento social tipicamente alemã, cunhada inicialmente por Kant e Hegel, e adotada a seguir por Marx, Lukács e a Teoria Crítica” (HABERMAS, 2012, p.4).



Nesta perspectiva, a ampliação do agendamento das mudanças climáticas pelos meios de comunicação (Andi, 2007) tem contribuído na divulgação de informação sobre a temática, favorecendo a promoção do debate socioambiental. A cobertura midiática tem estimulado a opinião da sociedade sobre a abordagem. Neste aspecto, é de fundamental relevância ressaltar que a opinião pública tem natureza e função política, pois cabe a ela “estabelecer os critérios gerais de organização e funcionamento das nossas sociedades, assumindo a sua forma uma exigência de legitimidade dirigida ao Estado e ao poder político em geral” (ESTEVES, 2010, p. 24).

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

Neste prisma, a mídia tem contribuído para esse debate público, uma vez que introduz a temática para discussão coletiva. No entanto, agendar o assunto não necessariamente implica na ampliação do debate crítico do problema. Para Lima (2004, p. 94), uma concepção crítica surge quando é capaz de produzir reflexões e ações emancipatórias, por meio de uma consciência ambiental onde associa as noções de mudança social e cultural, de emancipação-libertação individual e social e de integração no sentido de complexidade da realidade social.

A concepção supracitada é respectivamente estimulada quando a referida exposição midiática é feita de forma contextualizada para estimular o ‘olhar’ crítico da audiência, capaz de auxiliar na reflexão sobre a adoção de praxes adequadas com relação ao uso, trato e proteção dos recursos naturais, combate à fome e ao desenvolvimento humano, bem como sobre a redução da emissão de gases de efeito estufa, além de colaborar na avaliação sobre o consumo e na postura da governança sobre as mudanças climáticas.

Neste âmbito, o enquadramento dado à notícia é fundamental para garantir o processo comunicativo adequado para promoção do debate social crítico sobre o assunto. É



oportuno lembrar que aos media cabe a tarefa de tornar compreensíveis o que chamaríamos “realidade problemática” do mundo, ou seja, tornar plausível a transmissão dos acontecimentos distantes fisicamente da audiência e a veiculação de fatos inesperados (HALL *et. al.*, 1999, p. 228). Portanto, o enquadramento da notícia é decisivo no processo da construção do entendimento sobre o tema, uma vez que ele oferece interpretações poderosas acerca da forma de compreender estes acontecimentos.

### **A Percepção Social das Mudanças Climáticas pela Constituição da Mídia**

Ao estudar a construção da notícia e sua relação com a construção social da realidade, Alsina (2009, p. 20) entende “o processo de comunicação como sendo uma atividade socialmente legitimada, para gerar construções da realidade publicamente relevantes”. (p. 20). O autor destaca que os acontecimentos são transformados em notícias pela mídia por meio de mecanismos sofisticados, e com isso fica mais difícil analisar a relação do fato com o sistema social (político, econômico e etc) que lhe dá suporte. “O acontecimento é um fenômeno de percepção do sistema, enquanto que a notícia é um fenômeno de geração do sistema” (p. 45). Entretanto, diz Alsina, a mídia não é o único a colaborar na construção social da realidade, porém, tem significativo poder na sua constituição através da “prática produtiva do jornalismo” (p. 46), mesmo dependendo da audiência e da subjetividade dos indivíduos.

Não por acaso que o Pnud (2007), objetivando a constituição de uma opinião pública necessária para que os governos introduzirem reformas energéticas radicais frente às alterações climáticas, classifica os média como os principais responsáveis para informar a sociedade sobre os problemas das mudanças climáticas à sustentabilidade humana. Para o órgão, a força da mudança está na opinião pública, que, por sua vez, depende da mídia, a qual, infelizmente, têm promovido uma noticiabilidade aquém da necessidade posta, mesmo sendo as alterações climáticas um desafio distinto de qualquer outro problema político, por ser um processo que tem de ser mantido a longo prazo.

Para Hall (1982, p. 299) “O poder (da mídia) para significar não é uma força neutra da sociedade”. Assim sendo, o relatório do Pnud sobre a cobertura midiática das mudanças climáticas tem ressonância com o exposto pelo autor, visto que, conforme relata o órgão, a abordagem enfrenta enormes problemas: além de ser feita de forma limitada (pontual e sensacionalista), também promove uma confusão intencional no seio da opinião



pública através de um pseudoequilíbrio editorial, possibilitando visibilidade semelhante a defensores e a céticos das MCs, mesmo não existindo a referida significativa desproporcionalmente nos posicionamentos.

Dessa forma, através da referida noticiabilidade midiática, “a discussão pública das mudanças climáticas é espetacularizada nas campanhas institucionais científicas, reduzindo ideologicamente o sentido do problema para a audiência social” (COUTINHO, 2012b, p. 153). Para o autor, o problema está para além das incertezas científicas, mas encontra abrigo no viés ideológico dos grupos de interesse, evidenciando que “a mídia tem limitado a conscientização cidadã das audiências diante do problema em questão, restringindo o esclarecimento da opinião pública frente ao problema político, socioeconômico e ambiental das MCs” (ibidem).

Diante o exposto, acentua-se claramente através da mídia, a batalha pela constituição de sentido sobre a existência das mudanças climáticas, e, por consequente, a respectiva tomada de posição da sociedade diante do problema socioambiental para sustentabilidade. Não obstante, a opinião pública ainda permanece sendo estimulada através do debate inicial sobre a veracidade do fenômeno do clima. Porém, ainda assim, ratifica-se que somente mediante a materialidade das mudanças climáticas por meio da comunicação, as quais se engendram no senso comum da sociedade por meio dos discursos, é que são reveladas as tensões ideológicas dos modelos de desenvolvimento humano e suas consequências reais no mundo da vida, ou seja, para vida cotidiana. Esta condição contribui para refletir a realidade social diante da crise climática provocada por práticas humanas, as quais podem ser verificadas nas produções e nas reproduções sociais. Esta percepção primeira é fundamental para a tomada de uma consciência emancipatória e transformadora diante do problema em questão.

### **A Força Comunicativa como Subsídio para Tomada de Posição Pública e Política**

Somente por meio da socialização das informações, da interação comunicativa, que se constitui, ganha evidência e consolida-se a materialidade (existência) de qualquer assunto, seja um objeto físico, seja uma ideia, ou até mesmo uma posição científica. Vale salientar que “as coisas e eventos no mundo real não contêm ou propõem os seus próprios sentidos integrais, únicos e intrínsecos, que são, então, meramente transferidos através da linguagem” (HALL, 1982, p. 295). O autor lembra que o mundo real é





resultado ou efeito de como as coisas são significadas (p. 306), ou seja, “o sentido é uma produção social, uma prática” (p. 295).

Nesta perspectiva, Hall (ibidem) afirma que o mundo tem de ser construído para significar e, assim sendo, a linguagem e a simbolização são os meios pelos quais o sentido é produzido. Neste viés, Souza (1999, p. 55-56) revela que a interação verbal é a realidade fundamental da linguagem e não pode desconsiderar as características dela que é construída pelos aspectos dinâmico (vivo), histórico-fenomenológico (fato), sociológico, ideológico (organiza e representa os interesses) e dialógico (comunicação).

Assim sendo, a materialidade dos problemas ambientais, especificamente como o das mudanças climáticas, só se tornam algo concreto (real) mediante a interação comunicativa das mesmas. É fundamental estimular o diálogo entre os sujeitos e os grupos sociais sobre a temática numa perspectiva de que esta interação seja capaz de possibilitar a visibilidade da concretude do problemático fenômeno para assim promover reais mobilizações sociais em busca de concretas medidas políticas. “A própria consciência só pode surgir e se afirmar como realidade mediante a encarnação material em signos (fenômenos do mundo exterior)” (BAKHTIN, 1981, p. 31). Ou seja, para se alcançar entendimento mínimo sobre o fenômeno é preciso dar sentido real ao mesmo. Só assim, através de sua circulação no meio social, ele gera ações, reações e novos signos, produzindo, conseqüentemente, efeitos reais.

Nesta dimensão, as instituições midiáticas se revelam meios sociais poderosíssimos para significar os acontecimentos. A sua força se constitui justamente no poder de significar eventos de uma maneira particular (HALL, 1982, p. 299). Tais significações, conforme pontua o autor, “invadem questões sociais controversas e conflitantes como uma força social real e positiva, afetando os seus resultados” (ibidem). O entendimento coletivo social decorre da significação, logo, é pela constituição de sentido que se torna possível garantir ‘consensos’ em prol ou contra entendimentos particulares e, por conseguinte, mobilizações necessárias. Dessa forma, a consciência e a mobilização sociopolítica podem ser tolhidas ou estimuladas a partir da significação dada aos acontecimentos.

Sendo assim, a cobertura midiática das mudanças climáticas é indispensável para materializá-las em objeto real, potencializando ou minimizando o entendimento social sobre as conseqüências objetivas do fenômeno do clima para a sustentabilidade da





humanidade, em especial, à sobrevivência de populações mais pobres economicamente, as quais serão mais vulneráveis, conforme revela o (IPCC, 2007). É, portanto, a partir de suas enunciações associadas aos seus contextos (BAKHTIN, 1981), observados nas comunicações cotidianas sobre o fenômeno, o qual tem sido bastante agendado pela mídia, que a sociedade civil pode mobilizar vontade política, transformando-se em esfera pública política (HABERMAS, 1997), qualificando-a para pressionar o poder do Estado para adotar medidas proporcionais ao respectivo sentido social dado á temática.

(...) é preciso lembrar que, na esfera pública, ao menos na esfera pública liberal, os atores não podem exercer poder político, apenas influência. E a influência de uma opinião pública, mais ou menos discursiva, produzida através de controvérsias públicas, constitui certamente uma grandeza empírica, capaz de mover algo. Porém, essa influência pública e política tem que passar antes pelo filtro dos processos institucionalizados da formação democrática da opinião e da vontade, transformar-se em poder comunicativo e infiltrar-se numa legislação legítima, antes que a opinião pública, testada sob o ponto de vista da generalização de interesses e capaz de legitimar decisões políticas (HABERMAS, 1997, p.105).

Não obstante, vale salientar que os acontecimentos do mundo contemporâneo chegam à sociedade por meio dos discursos dos meios de comunicação. Diante da conjuntura, por meio da transmissão de notícias, evidencia-se o papel destacado dos media para a humanidade, visto a respectiva capacidade de estimular na constituição de sentido em prol de mobilização/acomodação em direção para a transformação/manutenção política.

### **A Verdade Jornalística Favorável à Manutenção de Padrões Hegemônicos**

Para Habermas (2012, p. 81), “o individuo só consegue obter sua identidade mediante a comunicação com outros, ou seja, mediante o refinamento de processos sociais numa comunicação dotada de sentido”. Assim, além de apresentar o assunto, também é preciso contextualizá-lo para torná-lo compreensível, sobretudo, diante da complexidade do mundo através de suas dimensões sociais, políticas, econômicas, ecológicas, tecnológicas, ético-culturais e epistemológicas. Por este prisma, os media se revelam indispensáveis à conscientização social frente aos problemas ambientais contemporâneos, a exemplo dos desafios da humanidade frente à mudança climática.

Neste aspecto, a sociedade pode encontrar na mídia, um ator fundamental para o desenvolvimento da conscientização social diante do cenário ambiental problemático, visto que ela pode amplificar a referida noticiabilidade. Logo, o campo da comunicação,



através da mídia, pode contribuir para alcançar uma dimensão ainda mais coletiva do entendimento sobre a crise ambiental, porque ela envolve mais atores sociais no debate, estimulando reflexões, inclusive, para o advento d'uma nova praxe social promotora de ações que primam pela sustentabilidade do planeta para as futuras gerações.

No entanto, para alcançar o referido objetivo, o jornalismo precisa superar paradigmas conversadores, consolidados na pretensão de validade a cerca da verdade como sendo neutra e objetiva. É oportuno ressaltar que a verdade não é estática, nem tampouco única. Ela precisa ser aceita como tal para fazer sentido, ou seja, ser validada socialmente como verdade. Assim, conforme avalia Habermas (2012, p. 50), é possível questionar a pretensão da validade em três dimensões. O anunciado precisa ser constatado (ver para crer - verdade ou mentira), mas também se pode acreditar sem ver, mas para isso é preciso dar crédito ao falante, seja pela veracidade (acreditar na verdade dele), ou legitimidade (acreditar a partir da autoridade dele).

A enunciação dos media com suas audiências é constituída essencialmente pelas dimensões não presenciais do acontecimento, visto que ele é transformado no formato de notícia pelos repórteres e transmitidos à sociedade, sem que haja contato físico da audiência com o acontecimento. Assim, as audiências aceitam (ou negam) como verdade a comunicação midiática a partir do crédito que elas dão ao veículo de comunicação, mas, substancialmente, ao crédito que dão à fonte jornalística da notícia (que é selecionada pela mídia), acreditando subjetivamente na verdade dela (fonte) e por meio do status social (função social da fonte).

Assim sendo, a partir da mentalidade funcionalista no jornalismo, ancorado e ancorando a pragmática da verdade como sendo imparcial, encobre-se e estrutura-se uma cobertura midiática acrítica, que priorizam específicas fontes e enquadramentos da notícia, que, por conseguinte, estimulam tendências de representações sociais hegemônicas, tolhendo outras 'verdades' sociais, as quais se reverberadas podem ser capazes de estimular a reflexão crítica e emancipatória da esfera pública diante da questão da sustentabilidade socioambiental, com destaque para a cobertura das mudanças climáticas, a qual ainda é feita de forma problemática, conforme, anteriormente, apontamos (Pnud, 2007).

Não obstante, ações voltadas à sustentabilidade socioambiental é responsabilidade da humanidade e, conseqüentemente, necessita da praxe de uma comunicação social à



altura da crise climática, capaz de superar discursos elaborados a partir de perspectivas biologizantes, tecnicistas, comportamentalistas, apocalípticas e apolíticas. No entanto, vale ressaltar que as estruturas histórico-culturais de desenvolvimento humano, a saber, extrativismo e exploração ambiental e consumismo, já bem consolidadas e perpetuadas através da linguagem, destoam do referido viés crítico, acentuando o desafio estruturado e estruturante à constituição de outro sentido social de desenvolvimento humano centrado no respeito à natureza e ao homem.

Assim, a pragmática funcionalista do jornalismo, a qual busca se legitimar na pretensão de ser o “espelho da sociedade”, apresenta um reflexo social parcial, visto o estruturado desequilíbrio editorial já a partir da produção da notícia, cujo qual privilegia interesses político-econômicos hegemônicos. Ele reflete os anseios e interesses da sociedade a partir deste setor. Portanto, para garantir uma comunicação realmente democrática, é preciso reformular tal pragmática, possibilitando sua constituição de forma processual e aberta a críticas, voltada ao entendimento compartilhado da sociedade. Esta perspectiva favorece uma visibilidade pública para além dos padrões comportamentais hegemônicos já estruturados simbolicamente em sociedade.

### **O sentido dialógico e intersubjetivo para constituição do presente social**

As estruturas simbólicas se materializam aos indivíduos e grupos sociais na interação do mundo subjetivo (consciência) e o objetivo (realidade social) deles. O processo ocorre por meio da comunicação. Entretanto, elas não surgem a partir do nascimento e do desenvolvimento de cada indivíduo no mundo, mas já estão consolidadas socialmente na história deles. Originariamente, conforme aborda Habermas (2012), as estruturas simbólicas começaram a ser convencionadas no processo de ‘hominização’ do homem, ou seja, através do desenvolvimento da sua linguagem, diferenciando-os dos outros animais, através da capacidade comunicativa superior, direcionada para o entendimento.

Neste processo, por conseguinte, o significado das coisas e do estado das coisas no mundo da vida foi se estabelecendo através de uma sistemática constituição comunicativa dotada de sentido intersubjetivo entre os participantes da ação. Isso ocorre através da simultânea internalização do mundo exterior (subjetivo) e da externalização do mundo interior (objetivo) dos envolvidos. Essa interação comunicativa foi qualificando gradualmente os indivíduos em agrupamentos sociais para estabelecerem



padrões comportamentais, normas e instituições legitimadas autonomamente por eles, servindo-os de modelo objetivo próprio para referência social.

Dessa forma, esses padrões estão consolidados e servem de ‘repertório cultural’ para as pessoas, as quais se baseiam na referida estrutura simbólica para formação da identidade. Esse processo ocorre através da comunicação, visto que “graças à linguagem, ela (pessoa) consegue captar as atitudes e os diferentes papéis desempenhados pelos demais membros (HABERMAS, 2012, p. 47). Assim, como diz o autor (ibidem) “a estrutura da identidade tem a ver com uma relação comum a todos, uma vez que, para possuir uma identidade, temos de ser membros de uma comunidade”.

Diante o processo interativo, revela-se a força da comunicação enquanto meio social para o estabelecimento da evolução da consciência humana, servindo como instrumento de sociabilização dos indivíduos e para os mesmos seguirem as normas vigentes. Porém, neste mesmo processo, é exposta a função original da ação comunicativa, a qual é constituída para elevação crítica da consciência humana, visto que, conforme o demonstrado a partir da fase de ‘hominização’, através da interação verbal, tornou-se possível convencionar significados às coisas e ao estado das coisas, de forma compartilhada entre os envolvidos na ação comunicativa, evoluindo processualmente pela comunicação, até a criação de convenções simbólicas antes nunca existentes socialmente, capazes de promover o desenvolvimento ‘civilizado’ da humanidade até o advento dos tempos ‘moderno’.

Sendo assim, é possível observar que as estruturas simbólicas as quais estimulam as ações comportamentais foram elaboradas por experiências comunicativas anteriores e durante a criação das próprias regras sociais dos envolvidos no processo comunicativo, as quais foram ajustadas, sedimentadas e consolidadas pela praxe da linguagem na perspectiva pedagógica. Neste viés, é oportuno lembrar que a ação humana é fundamental para melhorar a convivência social, no entanto, esta ação não deve se limitar “a mero ativismo, mas esteja associado a sério empenho de reflexão, para que seja praxe” (FREIRE, 2007, p. 58), uma vez que “ninguém liberta ninguém, ninguém se liberta sozinho: os homens se liberam na comunhão” (ibidem).



## **Comunicação ilocucionária para um futuro sustentável e sustentado**

Portanto, queremos dizer que, pela interação comunicativa é possível perpetuar a consolidação das estruturas simbólicas contemporâneas, no entanto, não se pode negar que, originalmente, a função comunicativa é voltada para o aprendizado social. Pela linguagem foi possível romper com as limitações naturais ‘impostas’ ao homem, bem como criar estruturas simbólicas para evolução do mesmo, assim, somente por meio da interação comunicativa, é possível estabelecer novas estruturas simbólicas, mediante a necessidade humana.

Nessa perspectiva, a ação comunicativa abriga seu caráter revolucionário no que tange o entendimento compartilhado enquanto processo comunicativo, capaz de revelar os interesses particulares e contextos do mundo, capaz de dotá-los de significados diversos. Frente ao exposto, além de exercer a função de coordenação da ação humana e servir como meio de socialização dos indivíduos, a linguagem opera substancialmente, como meio de entendimento social, porém, para fazer tal sentido, é preciso ser validado intersubjetivamente.

É oportuno lembrar que a linguagem possui um significado constitutivo para as formas da vida socioculturais (HABERMAS, 2012, p. 7). Isso acontece porque “No homem, a diferenciação funcional mediante a linguagem dá origem a um princípio de organização totalmente diferente, produzindo não somente outro indivíduo, como também outro tipo de sociedade” (ibidem). Assim, diante da questão exposta e associada à referida necessidade de mudança de paradigmas mediante a crise climática contemporânea, torna-se válido privilegiar uma ‘racionalidade’ comunicativa voltada ao entendimento dos envolvidos enquanto processo comunicativo para alcançar um mundo sustentável e sustentado socioambientalmente.

É oportuno ratificar que a diferenciação do homem para os outros animais está na capacidade do diálogo mediado pela linguagem, bem como orientado por normas constituídas a partir da interação da própria linguagem. Ao compreender a referida natureza processual e social da comunicação, a humanidade torna-se autônoma e capaz de conceber sua função ilocucionária, ou seja, aberta a críticas, voltada à aprendizagem coletiva. Também se torna capaz de discernir o contrário, sua praxe perlocucionária nas ações direcionadas à socialização dos sujeitos numa direção teleológica, privilegiada



pelo viés político-econômico hegemônico, os quais são corriqueiramente inseridos como ‘definidores primários’ das notícias midiáticas, contribuindo para estimular a condução das ordens sociais por um viés perlocucionário, limitando a função pedagógica da comunicação social.

Nesta perspectiva construtivista do jornalismo, percebemos que até mesmo a ação comunicativa é problematizada para revelar os processos que transformam os acontecimentos em notícias, as quais podem ser constituídas numa racionalidade teleológica e perlocionária, dotando de sentido as estruturas simbólicas hegemônicas sociais como algo natural, acrítica e imutável, contrariando a finalidade original da praxe comunicativa (entendimento coletivo). A abordagem valoriza o agir comunicativo que é capaz de estimar a compreensão crítica compartilhada dos envolvidos no ato do processo comunicativo, o que, conseqüentemente, colabora para evitar a naturalização quando é transmitida pelos meios de comunicação.

Assim sendo, o referido paradigma é fundamental para contribuir na discussão da crise climática e da sustentabilidade socioambiental, a qual tem sido transmitida pela mídia a partir das padronizações histórico-culturais hegemônicas no que tange o desenvolvimento humano com seus valores morais e normatizações próprias da referida interação. Ao elaborar a teoria do agir comunicativa, Habermas (2012) evidencia a ruptura de tais práticas incoerentes com relação à originária função social da comunicação que, desde sua constituição, é processual e não teleológica, visando o entendimento dos envolvidos nela e os demais (a sociedade).

Assim, portanto, a noticiabilidade das temáticas socioambientais, em especial da mudança do clima, deve buscar garantir uma ação que envolva e dialogue com atores e áreas sociais distintas, a partir de discursos da mídia nutridos por uma racionalização democrática, capaz de contribuir na elevação da consciência moral da esfera pública sobre os pressupostos políticos-ambientais, qualificando-as para o advento da tomada de posições política e institucional, erigido pela força comunicativa da sociedade.

## Referências

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



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

BAKHTIN, Mikhail. **Marxismo e Filosofia da Linguagem**. São Paulo, Hucitec. 1981;  
COUTINHO, R.D.S; LACERDA. F.F, SILVA, L.F.M. **Comunicando as mudanças climáticas: para além das incertezas científicas e ideológicas**. In: SILVA, L.F.M. *Et Al*. Crise ambiental e mudanças climáticas: saberes que perpassam os campos da educação e da comunicação. Recife: Editora UFPE, 2012a;

\_\_\_\_\_. **Comunicando as mudanças climáticas: para além das incertezas científicas e ideológicas**. In: Pesquisa em jornalismo na América Latina, 08 a 10 de novembro de 2012/ Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo SBPJor. – Curitiba: SBPJor, 2012b;

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

FREIRE, Paulo. *Pedagogia do oprimido*, Rio de Janeiro, Paz e Terra, 2005;

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

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

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

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

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

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

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

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

PNUD – Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento. **Relatório de Desenvolvimento Humano 2007-2008**: Combater as alterações climáticas: Solidariedade humana num mundo dividido. UM Plaza, New York, USA, PNUD, 2007;

SOUZA, Geraldo Tadeu. **Introdução à teoria do enunciado concreto do círculo bakhtin/volochinov/medvedev**. – São Paulo : Humanotas/FFLCH/USP. 1999.