

Instagram e Comunicação Ambiental: Metáforas Visuais das Alterações Climáticas¹

Bianca Maria da Silva MELO²
Priscila Muniz de MEDEIROS³
Universidade Federal de Alagoas, Maceió, AL

Resumo

O discurso ecológico e o digital marcam a sociedade contemporânea. A união desses dois elementos resulta em funcionamentos específicos e direcionamentos que se enquadram na discursividade que a linguagem virtual exige. Tendo como foco a rede social Instagram, o presente artigo aborda suas características como um veículo de comunicação na atualidade e de que maneira isso se relaciona com a divulgação de metáforas visuais e multimodais ligadas às alterações climáticas. Através da análise de imagens metáforas veiculadas e coletadas como parte do estudo, a problemática se estende até a compreensão do papel que as metáforas visuais têm no Instagram a partir de padrões e recursos utilizados para formular uma mensagem ambiental acerca da necessidade de preservação do planeta Terra.

PALAVRAS-CHAVE: Alterações Climáticas; Discurso; Instagram; Metáforas.

1. INTRODUÇÃO

As pautas ambientais passaram a fazer parte do cotidiano da sociedade com mais frequência a partir da década de 1960, quando o ativismo em prol do meio ambiente disseminou uma consciência ecológica de escala sem precedentes. A adaptação desses direcionamentos na comunicação, relacionados ao desenvolvimento tecnológico dos últimos anos, partem de um mesmo princípio: as ações sociais em torno do tema devem ser apropriadas para sua divulgação (CASTELLS, 2007).

Assim, essas ações encontraram na internet, e mais recentemente nas redes sociais, uma nova forma de transmitir suas mensagens, partindo dos princípios democráticos que tais meios oferecem.

¹Trabalho apresentado na IJ 1 – Comunicação Multimídia do XXI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 30 de maio a 1 de junho de 2019.

² Estudante de Graduação 7º. semestre do Curso de Jornalismo da UFAL, e-mail: bianca.melo@ichca.ufal.br

³Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Jornalismo da UFAL, e-mail: prismuniz@gmail.com

O movimento ambientalista desponta, neste contexto das novas mídias que vem se disseminando desde o final do século XX, como um ator privilegiado nas modificações de estrutura de poder. Se fosse possível avaliar os movimentos sociais em sua trajetória e produtividade histórica, referente aos impactos em valores e instituições, poderíamos dizer que o movimento ambientalista do último quarto de século conquistou posição de destaque no cenário da aventura humana (CASTELLS, 2007, p. 141).

Uma das principais e mais urgentes pautas inseridas na questão ambiental diz respeito às alterações climáticas, imposta como questão pública e política de essencial relevância nas últimas décadas.

Emergindo inicialmente da esfera científica, a questão conquistou um nível de atenção muito significativo nos media e noutras arenas públicas e desencadeou processos políticos inéditos. Com fortes ligações ao campo econômico, as alterações climáticas têm também cruciais dimensões éticas e culturais (CARVALHO, 2011, p. 9).

Com o passar do tempo, a discussão em torno do tema potencializou a diversidade de discursos através das novas mídias. Inserindo-se na renovação desse ambiente midiático que vem permeando as últimas décadas, surgiu a rede social *Instagram*. Fundada em 2010 por Kevin Systrom e Mike Kriger, era inicialmente exclusiva para iOS (sistema operacional da Apple). Em 2012, foi lançada para Android. O número de usuários cresceu a ponto de chamar a atenção do *Facebook*, que adquiriu os direitos da plataforma e desde então vem alimentando novos recursos tecnológicos por meio de atualizações frequentes.

Em 2017, o *Instagram* atingiu a marca de 800 milhões de usuários, registrando uma taxa de crescimento de 5% por trimestre, maior que a do *Facebook*, de 3,14%. Em 2018, o Instagram divulgou a marca de 1 bilhão de usuários ativos por mês, passando a anunciar um novo momento para as formas de comunicação e propiciando mais interatividade em volumes e em tempo nunca antes imaginados.

Tais situações se mostram propícias para o ativismo ambiental, engendrado através do chamado movimento ambientalista, que nasce de forma conjunta com as mídias globais, a ponto de apresentar-se como o movimento que melhor demonstra as possibilidades políticas e sociais decorrentes do uso da internet (BERNARDES; MONTEIRO, 2012, p. 11).

Através do espaço conquistado no *Instagram*, o tema assumiu diversas estratégias discursivas, o que ajudou a disseminar os mais variados pontos de vista sobre uma mesma questão, aderindo aos elementos próprios da rede social, como as hashtags,

que se tornaram parte inerente da cultura digital, funcionando como fio condutor necessário para os assuntos e estabelecendo uma cadeia de busca com forte repercussão e visibilidade (MIGUEL, 2014, p. 50).

Outra característica é a priorização de imagens, seguidas de conteúdo reduzido, slogans, estímulos para curtidas e comentários, recomendações de links externos, entre outras. Trata-se de uma nova maneira de sensibilizar, informar e compactuar com uma causa de maneira prática. Também permite que as opiniões sejam expostas de modo interativo e veloz.

É isso que faz com que o *Instagram* torne-se um espaço aberto e participativo, que difunde mensagens, pauta discussões e promove a popularidade de uma temática – tudo isso através de imagens e seus respectivos significados simbólicos. Neste sentido, a pesquisa situou-se sobre a busca de metáforas visuais nas imagens publicadas no *Instagram*, tendo em vista que elas promovem a representação de um problema invisível e dificilmente detectável pela população em geral: as alterações climáticas.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

De acordo com a Teoria Cognitiva da Metáfora (TCM), que delinea um domínio fonte (a representação) e um domínio alvo (o que está sendo representado) para as metáforas, as imagens divulgadas buscam promover forte apelo emocional, de uma maneira que a linguagem verbal não consegue.

Lakoff e Johnson (1980), dois grandes teóricos da TCM, conceberam a metáfora não apenas como mais uma figura de linguagem, mas também como elemento do cotidiano e, antes mesmo de se ligar às palavras, ela se caracteriza como um fenômeno cognitivo. Nesse sentido, há um sistema de conceitos que envolvem o pensamento e o agir da atividade humana. “Se estivermos certos, ao sugerir que esse sistema conceitual é em grande parte metafórico, então o modo como pensamos, o que experienciamos e o que fazemos todos os dias são uma questão de metáfora” (LAKOFF; JOHNSON, 1980, p. 3).

A presente pesquisa considerou também as metáforas multimodais (imagem e texto), que, de acordo com Forceville (2008), são constituídas da mesma forma que as visuais, quando afirma que

representações pictóricas e multimodais possuem diferenças, de forma meio-determinada de indicar a semelhança entre alvo e fonte do que a linguagem. Terceiro, na medida em que os sons e imagens são mais facilmente reconhecidos transnacionalmente do que (não familiares) linguagens, as metáforas pictóricas e multimodais permitem um maior acesso transcultural do que as verbais”¹ (FORCEVILLE, 2008, p. 5, tradução nossa).

Ainda segundo Forceville (1994), as metáforas visuais devem ser concebidas a partir da adoção de um elemento em termos de outro, inesperado, sem conexão direta com a representação pretendida – no entanto, a interpretação de seu significado intencional ocorre a partir do contexto em que a metáfora se encontra.

3. METODOLOGIA

Durante a pesquisa, foram analisadas 23 (vinte e três) publicações em diferentes perfis no *Instagram* no período de 14 de setembro de 2017 a 14 de setembro de 2018. Todas estavam relacionadas a alterações climáticas, filtradas por meio de seis hashtags na seção de busca da plataforma. Três idiomas foram utilizados neste processo: português (#aquecimento global e #mudanças climáticas), inglês (#globalwarming e #climatechange) e francês (#rechauffement climatique e #changement climatique).

A pesquisa se eximiu da análise de legendas, curtidas, comentários e perfis dos usuários responsáveis pelos *corpus* coletados. Durante o estudo, buscou-se identificar padrões e particularidades inerentes a cada uma sob a luz da TCM, delineando domínios fonte e alvo.

4. ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Entre as imagens analisadas, foi possível identificar que 16 continham representações do planeta Terra, 11 remetiam à ideia de derretimento, 10 contavam com a representação de chamas, 7 apresentavam representações de poluição, 4 representavam algum animal nativo do ártico (ursos polares ou pinguins), 3 tinham o sol como elemento de fundo, 3 representavam a Terra como algo orgânico (ser humano ou alimento), e 2 continham geleiras. Ao todo, 7 eram multimodais.

Passemos, então, ao exame das metáforas identificadas no *corpus* de investigação que constitui esta pesquisa. A figura 1 mostra um urso polar tentando equilibrar-se sobre uma geleira que derrete, fazendo com a figura que representa o

¹ “Inasmuch as sounds and pictures are more easily recognized transnationally than (infamiliar) languages, pictorial and multimodal metaphors allow for greater cross-cultural access than verbal ones”.

planeta Terra esteja prestes a se afogar. O Sol também é representado, aderindo a uma expressão humana que remete à perversidade.

Na figura 2, o urso polar novamente aparece, mas metade de seu corpo é constituído por imagens que lembram a destruição do meio ambiente e do habitat do animal. A figura 3 é uma ilustração mais bem-humorada também de um urso polar, onde ele aparece com uma expressão entediada sobre uma geleira que está derretendo enquanto sopra um catavento como se seu objetivo fosse refrescar-se.

De acordo com a TCM, o domínio fonte recai precisamente sobre a figura do urso polar e o caos em que ele se encontra, com o objetivo de chegar ao domínio alvo: o derretimento das geleiras ocasionado pelo aquecimento global. A representação do urso conta com o elemento do afastamento geográfico, ou seja, uma realidade distante daquela vivenciada pelas pessoas que veem e interagem com a publicação. Porém, abordar o aquecimento global é tratar de algo que traz consequências a todo o planeta, portanto, não diz respeito apenas a uma espécie, mas a todas as formas de vida.

Para promover maior aproximação com a temática, especialmente com os impactos que as alterações climáticas têm nas zonas polares, as postagens fazem uso expressivo de imagens que representam a situação do Ártico e de um de seus habitantes mais conhecidos: o urso polar, um animal que não tem controle sobre a atividade humana que vem afetando seu habitat.



Figura 1

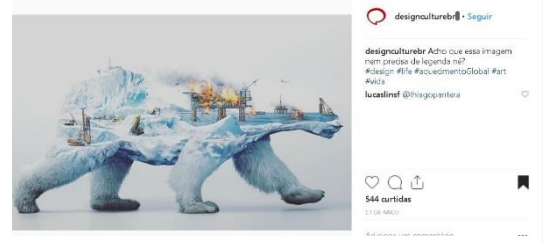


Figura 2



Figura 3

Já as figuras 4, 5, 6 e 7 tratam do mesmo assunto: aquecimento global (domínio alvo) a partir de uma representação mais abrangente, ou seja, o derretimento da Terra (domínio fonte). “A recepção e a compreensão de textos puramente imagéticos, no entanto, depende, sobretudo, da capacidade de o leitor reconhecê-los enquanto objetos dotados de sentido” (GUERRA JUNIOR, 2012, p. 106).

Realizando a associação “chamas é aquecimento” e “Terra é global”, facilmente se chega ao intuito da mensagem. Ou seja, não se trata de um planeta que queima, mas de uma questão mais abrangente, que aborda as alterações climáticas. Essa estratégia é apontada por Lakoff e Johnson (1980, p. 5) quando afirmam que “a essência da metáfora é compreender e experienciar uma coisa em termos de outra”, sendo um mais físico (Terra queimando) e outro mais abstrato (aquecimento global).



Figura 4



Figura 5



Figura 6

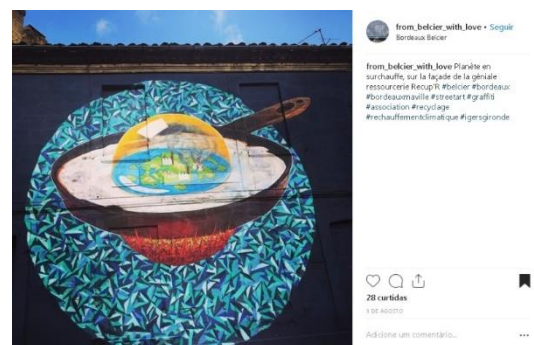


Figura 7

O caráter multimodal, que une o texto à imagem, também foi analisado. A junção desse par é o que Forceville (2008) avalia como fenômenos indicados em diferentes sistemas de sinais, modos sensoriais ou ambos. Na figura 8, além de haver o

elemento visual de derretimento – “A Terra é um sorvete derretendo” – também há a presença de texto: “*Climate disruption*”².

A figura 9 também faz uso do mesmo método. Porém, enquanto o texto diz “mudanças climáticas”, a imagem que mostra é mais devastadora – um planeta Terra destruído pelo lixo, poluição, queimadas e desmatamentos das florestas, etc., e que é apresentado como iceberg, flutuando na água. O seu lado submerso é uma área cinzenta, sem vida, e talvez uma espécie de deslumbre do que a parte de cima pode se tornar. Ao tratar de metáforas multimodais também deve-se levar em conta a forma como o texto se molda à imagem, determinando a mensagem passada.

Dois objetos são representados em sua totalidade de tal forma que eles são feitos para parecerem semelhantes. As técnicas disponíveis para citar essa semelhança são múltiplas: similaridade na forma, posição, cor, iluminação, função, etc.”. (FORCEVILLE, 2008, p. 8, tradução nossa).

As demais imagens se diferenciam devido ao aspecto textual. Na figura 10, há uma charge onde o multimodalismo é caracterizado pelos balões de fala dos personagens. “Muito embora a charge esteja impregnada das intenções do seu autor e de sua ideologia, pode-se constatar [...] que as metáforas conceituais identificadas revelam também aspectos conceituais, culturais e sociais” (LIMA; SILVA, 2014, p. 128).

Enquanto o homem adulto (que, presumindo pela forma como segura a mão da criança, é seu pai ou responsável) estranha o comportamento do clima, o menino observa às suas costas um cenário de poluição e desmatamento, e em resposta, faz um comentário que pode ser lido em tom sarcástico. Em sua fala, a culpa que o homem põe no clima, chamando-o de “maluco”, pode ser aplicada a outros fatores, pois o problema vai além das alterações climáticas, que são apenas consequências das ações que o menino observa.

A figura 11 traz uma data comemorativa (o Dia da Terra, em 22 de abril), onde mostra a imagem do planeta derretendo sob a chama de uma vela, e assim reforça a mensagem de preocupação em preservar a Terra e seus recursos naturais – discurso abordado em diversos lugares durante a data.

Enquanto a figura 11 é acompanhada de texto autoexplicativo e sucinto, a figura 12 exige maior atenção. A metáfora de dois pinguins se equilibrando sobre uma geleira enquanto um deles tenta tirar uma lâmpada – cuja luz incide sobre ambos – da tomada,

² Alterações climáticas.

só é totalmente compreendida com o recurso textual localizado no canto superior esquerdo da imagem: “Turn it off Now! One thing that causes global warming is electrical pollution. Save electricity and reduce global warming now, by turning off lights when you leave it room, and using only as much light as you need”³. Ela busca despertar a curiosidade por meio da metáfora visual sobre a recomendação de conduta contida em seu texto.

Com um único elemento textual em francês – “suremballage...”⁴ – no topo da imagem, a figura 23 corresponde a mais uma chave, onde a Terra se encontra envolta por uma embalagem, o que justifica a palavra que a acompanha. O planeta é posto como um produto, embalado da mesma forma como os alimentos se encontram nas prateleiras de supermercados. De acordo com Nascimento (2010, p. 2, apud LIMA; SILVA, 2014, p. 128), “a charge constitui-se como um ‘texto acessível à sociedade’ que trata dos mais diversos assuntos de forma crítica e humorística”.

Neste sentido, a imagem pode ser interpretada como uma crítica à maneira como a Terra está sendo tratada: como mais um produto, que depois de utilizado pode ser descartado. Porém, o termo “suremballage” também pode apresentar o sentido de “sobrecarga”, transmitindo a mensagem de que o planeta está sobrecarregado como consequência da falta de cuidado ocasionada por seus habitantes.



Figura 8



Figura 9

³ “Desligue agora! Uma coisa que causa o aquecimento global é a poluição elétrica. Poupe eletricidade e reduza o aquecimento global agora, desligando as luzes quando sair de casa e usando apenas a quantidade de luz necessária” (tradução nossa).

⁴ “Embalagem...”.



Figura 10



Figura 11



Figura 12



Figura 13

Outras representações recorrentes foram compostas por imagens de um planeta completamente destruído. Nas figuras 14 e 15, pode-se observar a poluição, fator responsável pelo agravamento do aquecimento global, representada pela fumaça e uso de máscaras anti-poluição pelos personagens que estão presentes em primeiro plano – o homem (figura 14) e o casal de pássaros (figura 15).

O uso da máscara protetora nas aves passa uma mensagem ainda mais forte, levando em consideração que os animais não conseguem se proteger da poluição por si mesmos, e nem são os responsáveis pela destruição ambiental. Os pássaros ainda se encontram pousados em arames farpados, o que destaca a urgência da metáfora, retratando o sofrimento da fauna frente a um progresso industrial que não apenas polui, mas também destroi o habitat dos animais.



Figura 14



Figura 15

Já as figuras 16, 17 e 18 apresentam o planeta Terra em três formatos diferentes que buscam representar a mesma coisa: desgaste e destruição. Na primeira, segundo a TCM (em que A é B), a Terra é uma laranja sendo espremida. A mão que espreme pode ser entendida como uma metáfora que aponta o ser humano como o responsável por suprimir os recursos do planeta.

A segunda também adota o elemento humano, mas desta vez é na forma de um rosto triste que representa a Terra – o planeta Terra é um rosto que chora. Ligar o homem ao planeta que ele habita é uma forma de pôr a raça humana no ecossistema do qual ela faz parte, dando a entender que destruir a Terra é se auto-destruir.

Seguindo a mensagem de descuido, a figura 18 representa o planeta como um globo terrestre amarrotado e pendurado em um varal. Muito além de remeter à falta de cuidado com a Terra, a imagem também tem sua iluminação incidindo no centro, apenas sobre o globo, deixando as margens escuras, o que ajuda a manter a seriedade da mensagem.



Figura 16



Figura 17



Figura 18

Imagens de teor apocalíptico, que mostram a destruição da Terra a níveis catastróficos, também foram encontradas. As figuras 19 e 20 exemplificam essa característica ao representar o planeta em chamas, dando a entender que ele está sendo consumido gradualmente pelo fogo.

A figura 20, no entanto, é multimodal, contendo o texto *Une seule Terre*⁵, pressupondo que se a Terra for destruída como a imagem busca demonstrar, não há outro planeta com as mesmas condições de sobrevivência para os seres humanos. É uma mensagem que busca fomentar o cuidado com os recursos naturais que o planeta abriga, ao mesmo tempo em que faz um alerta hiperbólico.

Vários estudos sugerem que os discursos alarmistas sobre as alterações climáticas podem ter implicações indesejáveis. O exagero relativamente aos impactos do problema ou à iminência temporal com que podem ocorrer pode conduzir a atitudes de desacreditação ou de apatia (CARVALHO et al., 2011, p. 109).

O'Neill e Nicholson-Cole (2009), por exemplo, realizaram um estudo empírico, onde as pessoas reagiram a estímulos negativos sobre narrativas de destruição que circularam em jornais do Reino Unido na época, apresentando sentimentos de medo e incapacidade. “The majority of outlooks on future climate were negative and bleak, with many reflecting a degree of uncertainty as to what climate change might mean for the United Kingdom and participants’ localities”⁶ (O’NEILL; NICHOLSON-COLE, 2009, p. 369).

⁵ Uma só Terra.

⁶ “A maioria das perspectivas sobre clima futuro foram negativas e sombrias, com muitos refletindo um grau de incerteza sobre o que a mudança climática pode significar para o Reino Unido e localidades dos participantes.”



Figura 19



Figura 20

Por outro lado, algumas imagens buscaram retratar um aspecto mais otimista. A figura 21 mostra os dois lados da Terra, que é segurada por uma mão humana: em um, ela se encontra totalmente devastada, no primeiro plano de um cenário em tons sépia, que mostra a seca, a poluição e a destruição de florestas; em outro, ela está em perfeito estado, com um cenário colorido.

A mensagem de que é possível que o planeta possa ficar como no exemplo à direita da imagem consegue ser passada. Ao mesmo tempo, o fato de uma mão humana segurar o planeta dá a ideia de que “a Terra está em nossas mãos”, portanto, os cuidados que o meio ambiente necessita devem passar pelas atitudes humanas.

Na figura 22, apesar de haver um cenário de destruição – a ideia de seca, que é incrementada pela incidência da luz do sol –, há a imagem de um homem, em primeiro plano, caminhando até um repositório contendo água e plantas, contrastando com o resto da ilustração.

O homem usa uma máscara de filtro anti-poluição enquanto parte de seu corpo está sumindo. Ainda assim, a possibilidade que ele tem de alcançar o suposto “oásis”, é um sinal de esperança. Os escassos e finidos recursos da Terra podem ser representados por esse repositório, alertando que preservá-los é a última chance de sobreviver.

Seguindo essa mensagem de positividade e esperança, a figura 23 retrata uma situação comum da antiguidade, dando-lhe um sentido metafórico. Nela, homens e camelos carregam a Terra, apontando a necessidade de cuidar do planeta, como um bem valioso, a partir da junção de esforços. O cenário ao fundo, que mostra um deserto com a luz solar projetando a sombra dos personagens, faz alusão ao calor – comum em regiões desérticas – e, metaforicamente, ao aquecimento da Terra.



Figura 21



Figura 22

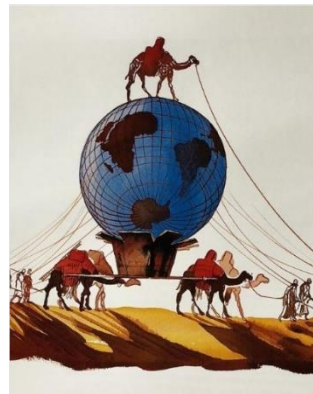


Figura 23



5. CONCLUSÃO

Apesar da individualidade de cada imagem, a TCM permitiu que padrões fossem percebidos e diversos fatores determinados, como foi mostrado ao longo da análise. Dentro desses padrões, alguns resultados foram concebidos, como por exemplo, o fato de que o elemento causador do problema principal apresentado em cada imagem (a poluição, o desmatamento, as queimadas, etc., assim como suas respectivas consequências – as mudanças climáticas) não estava sempre presente. Na maioria das imagens (figuras 1, 2, 3, 4, 6, 8, 10, 11, 12, 14, 15, 17, 18, 19, 22 e 23), o agente não aparece nessa posição. Apesar do conhecimento geral de que o homem é responsável por ocasionar a problemática apresentada, há poucas representações metafóricas que permitem a transparência desse fato, como se ele apenas sofresse as consequências das alterações climáticas e não as causassem.

Outro detalhe observado é que várias imagens aproximaram-se de um tom alarmista à medida que tentaram apresentar as consequências das ações climáticas, conferindo forte carga emocional à mensagem e ressoando os efeitos negativos nos vários elementos que a compunham.

Por outro lado, algumas imagens assumiram um tom mais brando, sem revelar o total potencial de destruição que as alterações climáticas podem causar. Esses dois fatores em paralelo formam o dilema comunicacional. Para Carvalho et al. (2011), o risco desses discursos é que não hajam apelos a transformações substanciais na consciência humana ou nas estruturas políticas.

No entanto, o equilíbrio entre medo e esperança foi o denominador comum entre as imagens, onde a mensagem ficou clara e sucinta, repassando – por meios visuais ou multimodais – a ideia de que há um problema real que pode afetar a vida de todos os seres vivos e de que algo precisa ser feito, fomentando o significado de uma cidadania globalizada. “A pluralidade de definições explica-se pelo fato de que tanto a identificação de um problema ambiental como a formação de respostas para o mesmo se prende com conhecimentos, valores e visões de mundo” (CARVALHO et al., 2011, p. 15).

Ungar (2000) dizia que as pessoas costumam ter acesso limitado às informações acerca de mudanças climáticas em comparação com outros discursos de ordem da comunicação ambiental, como falar a respeito dos buracos na camada de Ozônio ocasionados pela ação humana. Porém, nos últimos anos, tal comunicação vem ganhando cada vez mais espaço, podendo ser discutida por meio do discurso virtual – formado pelo uso de hashtags, imagens metafóricas e curtas legendas. Segundo Carvalho (2011), esta imagética poderá causar importante influência na compreensão pública das alterações climáticas.

No sentido de reestruturar o debate, rumando para um futuro ainda incerto, o discurso sobre alterações climáticas possui hoje um leque aberto de possibilidades de decisão e ação (BERNARDES; MONTEIRO, 2012). Apesar das ambiguidades, que podem ter tanto efeitos positivos quanto negativos, a transmissão das imagens aqui analisadas e suas respectivas mensagens numa rede social como o *Instagram*, mostra o retrato de uma nova forma de abordagem a ser explorada na comunicação ambiental.

6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede: a era da informação – economia, sociedade e cultura.** vol. 1. 10 ed. Tradução de Roneide Venâncio Majer. São Paulo: Paz e Terra, 2007.

CARVALHO, Anabela et al. **As Alterações Climáticas, os Media e os Cidadãos.** Coimbra: Grácio Editor, 2011.

FORCEVILLE, Charles. "Metaphor in pictures and multimodal representations". In: **Raymond W. Gibbs, Jr. (ed.), The Cambridge Handbook of Metaphor and Thought**. Cambridge: Cambridge University Press, 2008, (p. 462-482).

FORCEVILLE, Charles. **Pictorial Metaphor in Advertisements**. Londres: Routledge, 1996.

GUERRA JUNIOR, A. L. Evocando o passado para salvar o futuro: a intertextualidade visual no discurso do Greenpeace. In: IX SEPECH - Seminário de Pesquisa em Ciências Humanas, 2012, Londrina. **Anais do IX SEPECH**. Londrina: UEL, 2012. v. 1. p. 106-117.

BERNARDES, M. S.; MONTEIRO, M.C. Movimento ambientalista e as novas mídias: ativismo ambiental na internet para a proteção jurídica do meio Ambiente. In: I CONGRESSO INTERNACIONAL DE DIREITO E CONTEMPORANEIDADE, 2012, Santa Maria. **Anais – Congresso Internacional de Direito e Contemporaneidade**. Santa Maria: UFSM, 2012. Disponível em: <<https://periodicos.ufsm.br/revistadireito/article/view/8213/pdf>>. Acesso em: 11 abr. 2019.

LAKOFF, George; JOHNSON, Mark. **Metaphors we live by**. Chicago: University of Chicago Press, 1980.

LIMA, Silvana Maria C. de; SILVA, Marcos Herlam A. da. Metáforas Multimodais Na Construção De Sentidos Do Gênero Charge: Um Exercício De Análise. **Revista de Letras**, Piauí, jan./jun. 2014. Disponível em: <<http://www.periodicos.ufc.br/revletras/article/download/1498/1391>>. Acesso em: 9 abr. 2019

MIGUEL, Katarini. Comunicação organizacional em rede: imersão nas práticas comunicativas do Greenpeace Brasil. In: GONÇALVES, Elizabeth M.; FILHO, Gino G. **Comunicação organizacional: externa, responsável, multidisciplinar**. São Caetano do Sul-SP: Universidade Municipal de São Caetano do Sul, 2014, (p. 42-53).

O'NEILL, Saffron; NICHOLSON-COLE, Sophie. "Fear Won't Do It": Promoting positive engagement with climate change through visual and iconic representations. **Science Communication**, Norwich, 2009. Disponível em: <<https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1075547008329201>>. Acesso em: 11 abr. 2019.

UNGAR, Sheldon. Knowledge, ignorance and the popular culture: climate change versus the ozone hole. **Public Understanding of Science**, Norwich, 2000. Disponível em: <<https://pdfs.semanticscholar.org/1398/f54b3e621be9ef46f35259e39f01ffe2ad64.pdf>>. Acesso em: 11 abr. 2019.