



Escola de Comunicação e Artes
Curso de Licenciatura em Jornalismo

Trabalho de Culminação do Curso

**COMUNICAÇÃO CLIMÁTICA ENGAJADORA: AS ACCÇÕES DA ASSOCIAÇÃO DE
JORNALISTAS AMBIENTAIS - AJA, E O IMPACTO NO SEU PÚBLICO-ALVO**

Candidato: Mafuqueni Chifupa Júnior

Supervisor: Adão Matimbe

Maputo, Junho de 2024.

Escola de Comunicação e Artes
Curso de Licenciatura em Jornalismo

Trabalho de Culminação do Curso

**COMUNICAÇÃO CLIMÁTICA ENGAJADORA: AS ACCÇÕES DA ASSOCIAÇÃO DE
JORNALISTAS AMBIENTAIS - AJA, E O IMPACTO NO SEU PÚBLICO-ALVO**

Monografia apresentada no Curso de Jornalismo
da Escola de Comunicação e Artes, como requisito
parcial para a obtenção do grau Licenciatura em
Jornalismo, na Universidade Eduardo Mondlane.

Candidato: Mafuqueni Chifupa Júnior

Supervisor: Adão Matimbe

Maputo, Junho de 2024.

Escola de Comunicação e Artes
Curso de Licenciatura em Jornalismo

COMUNICAÇÃO CLIMÁTICA ENGAJADORA: AS ACÇÕES DA ASSOCIAÇÃO DE JORNALISTAS AMBIENTAIS - AJA, E O IMPACTO NO SEU PÚBLICO-ALVO

Monografia apresentada no Curso de Jornalismo da Escola de Comunicação e Artes, como requisito parcial para a obtenção do grau Licenciatura em Jornalismo, na Universidade Eduardo Mondlane.

Candidato: Mafuqueni Chifupa Júnior

JÚRI

Presidente:

Escola de Comunicação e Artes

Supervisor: Adão Matimbe

Escola de Comunicação e Artes

Oponente:

Escola de Comunicação e Artes

Maputo, Junho de 2024.

Dedicatória

À Deus Todo-poderoso, por ter me guiado até aqui;
e ao bispo Kenneth Luís Malunga, a quem chamo
de pai, pelo apoio incondicional durante a minha
licenciatura.

AGRADECIMENTOS

Ao meu Deus, tão bondoso, gracioso e sempre amável, por nunca me deixar sozinho, tanto nos momentos bons como nos desafiadores. Simplesmente O amo. À minha queridíssima tia Eurita Ernesto Sichiimba, juntamente com meus avôs Ernesto Sichiimba Moya e Agnes Donia Moya, por cuidar de mim desde a ausência física dos meus queridíssimos pais. Ao bispo Kenneth Luís Malunga, pelo todo apoio incondicional e pelo carinho que sempre me deu, desde que me escolheu ser seu filho.

À minha queridíssima amiga, Lizeth Massalambane, por prestar-me informações úteis sobre a Universidade Eduardo Mondlane. Ao docente universitário da Universidade Zambeze, Bets pela escolha do curso. À Arystella Nhachigule, Amilton Mangue, Dona Cândida e a Natacha pela recepção quando cheguei a Maputo.

Ao meu queridíssimo e gentil docente Adão Matimbe pela orientação atenta e dedicada. Aos meus colegas da Escola de Comunicação e Artes e amigos, nomeadamente Hélio Bernardo, Lourenço Nhandoro, Alfredo Guitimela, Mário Cote, Marven Matusse, Sidney Amorim, Eucídia Bombo, Domingos Vilanculo, Otelmo Langa, Tamar Chichone, Mariamo Bibi.

Epígrafe

“A mudança climática é real, está acontecendo agora mesmo. É a ameaça mais urgente que a nossa espécie precisa enfrentar. Precisamos trabalhar juntos e deixar de procrastinar.” —
Leonardo DiCaprio

RESUMO

O presente trabalho estudou a Comunicação Climática Engajadora, uma comunicação que essencialmente visa melhorar a conscientização pública e a compreensão do fenómeno das mudanças climáticas, gerar maiores níveis de cuidado e preocupação e motivar maior apoio para soluções políticas e mudanças comportamentais, concentrando-se nas acções da Associação De Jornalistas Ambientais- Aja, e o seu impacto no seu público-alvo. O objectivo principal deste estudo foi compreender até que ponto a Associação de Jornalistas Ambientais-AJA faz o uso das estratégias efectivas que norteiam a Comunicação Climática Engajadora no âmbito das suas actividades ambientais. Tendo como categorias de análises: (1) informar e educar os indivíduos sobre as alterações climáticas; (2) dar prioridade às audiências com maior probabilidade de se envolver com notícias sobre as alterações climáticas; (3) cooperar com organizações governamentais e não governamentais, para promover e provocar mudanças nas normas sociais e nos valores culturais não favoráveis ao ambiente. A análise e a interpretação dos dados foram feitas com base numa abordagem metodológica mista, ou seja, qualitativa e quantitativa. Para a colecta de dados esta pesquisa recorreu às técnicas de entrevista, observação e documental. Durante a pesquisa, percebeu-se que a AJA, apesar de possuir um nível considerável de engajamento e de educação do meio ambiente, em especial sobre as mudanças climáticas, precisa de aprimorar a sua forma de comunicação com o seu público-alvo, do ponto de vista de estratégias, meios e técnicas de engajamento, bem como apostar mais na publicação e transmissão de informações educativas, que poderão “melhorar a conscientização pública e a compreensão da problemática do clima, gerar maiores níveis de cuidado e preocupação e motivar maior apoio para soluções políticas e mudanças comportamentais.” Shane Gunster (2018: 48).

Palavras-chave: Comunicação, mudanças climáticas.

ABSTRACT

The present work studied Engaging Climate Communication, a communication that essentially aims to improve public awareness and understanding of the phenomena of climate change, generate greater levels of care and concern and motivate greater support for political solutions and behavioral changes, focusing on the actions of the Association of Environmental Journalists - Aja, and its impact on its target audience. The main objective of this study was to understand the extent to which the Association of Environmental Journalists (AJA) makes use of the effective strategies that guide Climate Engagement Communication in the scope of its environmental activities. The categories of analysis were: (1) informing and educating individuals about climate change; (2) prioritize audiences most likely to engage with climate change news (3) cooperate with governmental and non-governmental organizations to promote and bring about changes in social norms and cultural values that are not conducive to the environment. The analysis and interpretation of the data was based on a mixed methodological approach, i.e., qualitative and quantitative. For data collection, this research used interview, observation and documentary techniques. During the research, it was noticed that AJA, despite having a considerable level of engagement and education of the environment, especially on climate change, needs to improve its way of communicating with its target audience, from the point of view of strategies, means and techniques of engagement, as well as investing more in the publication and transmission of educational information, that can "improve public awareness and understanding of climate issues, generate greater levels of care and concern, and motivate greater support for policy solutions and behavioral change." Shane Gunster (2018: 48).

Keywords: Communication, climate change.

Lista de Tabelas

Tabela1: As categorias de análises da pesquisa.....	17
Tabela 2: Os resultados obtidos no site de notícias da AJA através da análise de conteúdos publicados	26

Lista de Gráficos

Gráfico 1: Publicações com teor educativo vs. teor informativo no site da AJA.....	18
Gráfico 2: Representação gráfica da segmentação do público-alvo dos conteúdos publicados pela AJA.....	27

Lista de Diagramas de Rede

Diagrama de rede: Ilustração diagramática das relações de cooperação da AJA com outras instituições.....	29
--	----

Siglas e Abreviaturas

AJA - Associação de Jornalistas Ambientais

CCE - Comunicação Climática Engajadora

CO2 - Dióxido de Carbono

GEE - Gases com Efeito de Estufa

INAE - Inspeção Nacional das Atividades Económicas

INAM - Instituto Nacional de Meteorologia

IPCC - The Intergovernmental Panel on Climate Change

MC - Mudanças Climáticas

OMM - Organização Meteorológica Mundial

PIAC - Painel Intergovernamental sobre as Mudanças Climáticas

SUMÁRIO

Dedicatória.....	iv
AGRADECIMENTOS.....	v
Epígrafe	vi
RESUMO	vii
ABSTRACT	viii
Lista de Tabelas.....	ix
Lista de Gráficos.....	ix
Siglas e Abreviaturas.....	x
1.1 Tema.....	3
1.2 Problemática.....	3
1.3 Hipóteses	5
1.4 Justificativa.....	6
1.5 Objectivos.....	8
1.5.1 Objectivo geral	8
1.5.2 Objectivos específicos:.....	8
CAPÍTULO II.....	8
2. QUADRO TEÓRICO E CONCEITUAL.....	8
2.1 Comunicação Climática ou Comunicação das Mudanças Climáticas	8
2.2 Principais objetivos da comunicação climática	10
2.3 Tempo e Clima.....	10
2.4 Clima em Moçambique	12
2.5 Mudanças Climáticas	12
2.6 O Impacto Das Mudanças Climáticas Em Moçambique	13

2.7	Jornalismo Ambiental E O Papel Da Media Na Divulgação De Informação Sobre Mudanças Climáticas.....	15
2.8	Surgimento e historial da Associação de Jornalistas Ambientais (AJA).....	16
CAPÍTULO III.....		18
3.	METODOLOGIA	18
3.1	Quadro de categorias para colecta e análise de dados	20
CAPÍTULO IV		23
4.	APRESENTAÇÃO E ANALISE DE DADOS.....	23
4.1	Análise e interpretação de dados colhidos no site oficial da AJA	23
4.2	Análise de Conteúdo dos Artigos Publicados pela AJA.....	28
4.3	Análise sobre a cooperatividade da AJA com outras organizações no combate as Mudanças Climáticas.....	30
CAPÍTULO V		34
5.	CONSIDERAÇÕES FINAIS	34
6.	REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	36

CAPÍTULO 1

1. INTRODUÇÃO

O clima está a mudar e prevê-se que o clima global continue a mudar ao longo deste século e para além. De acordo com o Climate Change Knowledge Portal do Banco Mundial (2021), a magnitude das alterações climáticas para além das próximas décadas dependerá principalmente da quantidade de gases com efeito de estufa (que retêm o calor) emitidos a nível mundial e da incerteza que subsiste quanto à sensibilidade do clima da Terra a essas emissões. Com reduções significativas das emissões de gases com efeito de estufa (GEE), o aumento da temperatura média anual global poderia ser limitado a 2°C ou menos. No entanto, sem reduções significativas dessas emissões, o aumento das temperaturas médias anuais globais, relativamente à época pré-industrial, poderá atingir 5°C ou mais até ao final deste século.

O clima global continua a mudar rapidamente em comparação com o ritmo das variações naturais do clima que ocorreram ao longo da história da Terra. As tendências da temperatura média global, da subida do nível do mar, do teor de calor do oceano, da fusão do gelo terrestre, do gelo marinho ártico, da profundidade do degelo sazonal do permafrost e de outras variáveis climáticas fornecem provas consistentes de um planeta em aquecimento. Estas tendências observadas são robustas e confirmadas por vários grupos de investigação independentes em todo o mundo.

Para resolução desta problemática, existem várias iniciativas mundialmente que têm como foco prevenção e mitigação dos impactos negativos das mudanças climáticas. Moçambique, sendo um dos países que ciclicamente sofre os efeitos severos das alterações climáticas, resultando em perda de vidas humanas, destruição de infraestruturas públicas e privadas, habitações e mais, requer mecanismos efectivos que ajudem o país e o mundo a se posicionar melhor e torná-los resilientes.

Parte significativa destes mecanismos é a comunicação social, que serve como um meio de engajamento da sociedade, para consciencializar massivamente e mobilizar o público.

É daí que surge a Associação de Jornalistas Ambientais (AJA).

A AJA é uma organização sem fins lucrativos, fundada em 2019, composta por jornalistas, comunicadores, e outros membros interessados nas matérias ligadas a preservação e conservação do meio ambiente.

Uma das missões desta organização é ajudar Moçambique e o mundo a prevenir e mitigar os efeitos das alterações climáticas através da disseminação de informações climáticas necessárias e através da educação ambiental. Por isso, o trabalho “Comunicação Climática Engajadora: As acções da Associação De Jornalistas Ambientais- Aja, E O Seu Impacto No Seu Público-Alvo”, tem por objectivo compreender até que ponto a Associação de Jornalistas Ambientais-AJA faz o uso das estratégias efectivas que norteiam a Comunicação Climática Engajadora (CCE) no âmbito das suas actividades ambientais. A CCE constitui mais uma forma de comunicação activa, com o intuito de despertar atenção e garantir a mobilização da sociedade. A comunicação tida como engajadora vai mais além do que uma comunicação que tende informar apenas; ela compreende os três seguintes pressupostos: a) informar e educar os indivíduos sobre as alterações climáticas (as causas, os potenciais impactos e suas possíveis soluções); b) dar prioridade às audiências com maior probabilidade de se envolver com notícias sobre as alterações climáticas (em vez de uma abordagem única dirigida ao público em geral); c) cooperar com organizações governamentais e não governamentais, para promover e provocar mudanças nas normas sociais e nos valores culturais não favoráveis ao ambiente.

Vários relatórios revelam que o clima da Terra está a mudar mais rapidamente do que em qualquer outro momento da história conhecida do clima, principalmente em resultado das actividades humanas. Existe um consenso científico de que as emissões de carbono não mitigadas conduzirão a um aquecimento global de pelo menos vários graus Celsius até 2100, resultando em riscos locais, regionais e globais de grande impacto para a sociedade humana e os ecossistemas naturais. As alterações climáticas globais já provocaram uma vasta gama de impactos em todas as regiões do planeta, bem como em muitos sectores económicos.

Os impactos relacionados com as alterações climáticas são evidentes em todas as regiões e em muitos sectores importantes para a sociedade, como a saúde humana, a agricultura e a segurança alimentar, o abastecimento de água, os transportes, a energia, a biodiversidade e os ecossistemas. Prevê-se que os impactos se tornem cada vez mais perturbadores nas próximas décadas. Existe um elevado grau de confiança de que a frequência e a intensidade de fenómenos extremos de

calor e precipitação intensa estão a aumentar na maioria das regiões continentais do mundo. Estas tendências são coerentes com as respostas físicas esperadas a um clima mais quente.

1.1 Tema

Comunicação Climática Engajadora: As Acções Da Associação De Jornalistas Ambientais - Aja, E O Seu Impacto No Seu Público-Alvo

1.2 Problemática

A comunicação climática engajadora (CCE), conceituada pela autora Shane Gunster (2018: 48), é aquela comunicação que assume o papel de activismo na disseminação de informações relacionadas as mudanças climáticas (MC). Para além de informar, a CCE estende sua missão para engajar a sociedade a tomar acções concisas e concretas de adaptação e mitigação dos impactos das MC, tendo como objectivo “melhorar a conscientização pública e a compreensão do problema, gerar maiores níveis de cuidado e preocupação e motivar maior apoio para soluções políticas e mudanças comportamentais.”

A comunicação climática engajadora, segundo Shane Gunster (2018), obedece quatro (4) estratégias-chave: a) informar e educar os indivíduos sobre as alterações climáticas (as causas, os potenciais impactos e suas possíveis soluções); b) dar prioridade às audiências com maior probabilidade de se envolver com notícias sobre as alterações climáticas (em vez de uma abordagem única dirigida ao público em geral); c) cooperar com organizações governamentais e não governamentais, para promover e provocar mudanças nas normas sociais e nos valores culturais não favoráveis ao ambiente.

A autora critica o mecanismo adoptado por várias organizações e vários órgãos de comunicação social responsáveis pela comunicação e mensagens concernentes as mudanças climáticas. Shane diz que a maior parte da comunicação sobre mudanças climáticas geralmente assume que fornecer informações precisas sobre suas causas, consequências e soluções irá necessariamente melhorar a conscientização pública e a compreensão do problema, gerar maiores níveis de

cuidado e preocupação e motivar maior apoio para soluções políticas e mudanças comportamentais.

Potter e Oster (2008: 119), também afirmam que “a cobertura da media de relatórios científicos e cúpulas políticas a campanhas de defesa, é feita em torno da simples crença de que os membros do público leigo precisam ser mais bem informados sobre a mudança climática para que possam se envolver em práticas pró-ambientais. Acredita-se que as pessoas são actores racionais e responsáveis que simplesmente requerem informações apropriadas para alterar seus comportamentos e apoiar mudanças políticas”.

Da mesma forma, a indiferença ou relutância pública em apoiar políticas pro-ambientais é frequentemente atribuída a um “déficit” de informações relevantes e à falha (ou recusa) de governos, jornalistas e outros em dar a esta questão a atenção que ela merece.

Para Nisbet e Myers (2007) *apud* Shane Gunster, a percepção da necessidade de mitigar esse *déficit*, provavelmente foi intensificada pelo facto de que, apesar da ampla conscientização pública sobre as mudanças climáticas, em algumas partes do mundo, os níveis gerais de conhecimento e compreensão permanecem bastante baixos.

“Esse *déficit* de conhecimento e engajamento é atribuída às principais características da mudança climática que tornam particularmente desafiador entender e se preocupar, incluindo: causas invisíveis (conexões entre actividades, emissões e impactos são altamente abstratos e muitas vezes imperceptíveis na vida cotidiana); impactos geograficamente e temporalmente distantes”
Susanne Moser (2010:33) *apud* Shane Gunster.

Tomados em conjunto, paradoxalmente talvez quanto mais difícil parece ser a mudança climática de entender e se preocupar, mais sedutora se torna a ideia de que o elo perdido para gerar engajamento é mais informação e conhecimento.

Em Moçambique há várias organizações que lidam com a matéria de mudanças climáticas. Com o escopo de analisar o quanto é eficiente e eficaz a comunicação sobre estas matérias a nível de Moçambique, esta pesquisa tem como objecto de estudo as acções da Associação de Jornalistas Ambientais, designada por AJA, que é uma pessoa colectiva de direito privado, sem fins lucrativos, com autonomia administrativa e financeira, que congrega jornalistas moçambicanos comprometidos com a promoção de hábitos de protecção do meio ambiente. Estes jornalistas

defendem e promovem a educação ambiental, para a manutenção de um planeta melhor. A AJA tem como objetivos ser um interlocutor de referência na abordagem de temas ligados ao jornalismo ambiental e ser referência na formação de jornalistas em matérias ligadas ao meio ambiente.

No entanto, por forma a ajudar efectivamente o processo de combate aos impactos de mudanças climáticas, que são uma profunda realidade em Moçambique, surge a necessidade de estudar as acções levadas a cabo pela organização (AJA), analisando suas políticas (conjunto sistematizado de princípios, valores e diretrizes com a finalidade de orientar o seu relacionamento com os seus públicos-alvo) e estratégias (ferramentas ou meios com vista a evidenciar sua missão no seu público-alvo) de comunicação.

Deste modo, por via de todos os argumentos supra expostos, torna-se pertinente apresentar a seguinte **pergunta de partida**:

- ❖ Até que ponto a Associação de Jornalistas Ambientais-AJA faz o uso das estratégias efectivas que norteiam a Comunicação Climática Engajadora no âmbito das suas actividades?

1.3 Hipóteses

- ❖ **Hipótese A:** a AJA faz cooperação com organizações governamentais e não governamentais no combate aos impactos das Mudanças Climáticas;
- ❖ **Hipótese B:** a AJA não dá prioridade as audiências com maior probabilidade de se envolver com notícias sobre as alterações climáticas (empresas actantes na indústria de combustíveis fósseis, governos e as elites políticas);
- ❖ **Hipótese C:** as publicações ou as campanhas da AJA têm teor informativo e educativo no que tange as alterações climáticas: o que são, suas causas, seus potenciais impactos e suas possíveis soluções.

1.4 Justificativa

Globalmente as mudanças climáticas (MC) constituem um dos grandes problemas que ameaçam a humanidade e o desenvolvimento, tendo como consequências a degradação de ecossistemas essenciais e a destruição dos recursos naturais, que são a base da produção de economias.

Moçambique é um dos países que ciclicamente sofrem os impactos das MC. O país, de acordo com a Estratégia Nacional de Adaptação e Mitigação de Mudanças Climáticas 2013-2025, é especialmente vulnerável às MC devido à sua localização geográfica na zona de convergência intertropical e a jusante de bacias hidrográficas partilhadas, à sua longa costa e à existência de extensas áreas com altitude abaixo do actual nível das águas do mar. Por outro lado, contribuem para a sua vulnerabilidade a baixa capacidade adaptativa, entre outros factores, como a pobreza, os limitados investimentos em tecnologia avançada e a fragilidade das infraestruturas e serviços sociais com destaque para a saúde e o saneamento.

No país as manifestações das MC podem observar-se através do aumento de frequência e intensidade de eventos climáticos extremos tais como secas, cheias, ciclones tropicais, mudanças nos padrões de temperatura e precipitação e outros fenómenos associados tais como subida do nível das águas do mar, que afectam diferentes regiões do país em quase todos os anos. As consequências incluem a perda de vidas humanas, de culturas agrícolas, de animais domésticos e fauna bravia, a destruição de infraestruturas sociais e económicas, o aumento da dependência da ajuda internacional, o aumento dos preços dos produtos agrícolas e a deterioração da saúde humana, degradação ambiental e perda de ecossistemas. As MC representam, assim, um retrocesso nos esforços do Governo e seus parceiros no combate à pobreza.

Perante a estes fenómenos devastadores, é inquestionável a necessidade de uma comunicação climática efectiva por parte da media, organizações e instituições que zelam pela melhoria de condições ambientais, com vista a ajudar o país e o mundo a posicionarem-se da melhor forma possível na adaptação e mitigação dos impactos das MC. E é esta a razão da existência da Associação Nacional de Jornalistas Ambientais.

Foi no corolário de todos os factores acima expostos que surgiu a necessidade de estudar os mecanismos e as estratégias da AJA na adaptação e mitigação dos efeitos das mudanças

climáticas, com vista a apurar se estes mecanismos e estratégias se alinham com os mecanismos da Comunicação Climática Engajadora de Shane Gunster: a) informar e educar os indivíduos sobre as alterações climáticas (as causas, os impactos potenciais e soluções possíveis); b) dar prioridade às audiências com maior probabilidade de se envolver com notícias sobre as alterações climáticas (em vez de uma abordagem única dirigida ao público em geral); c) cooperar com organizações governamentais e não governamentais, para promover e provocar mudanças nas normas sociais e nos valores culturais não favoráveis ao ambiente.

Espera-se que esta pesquisa possa ser útil para a AJA, porque vai ajudar a vislumbrar a necessidade de haver políticas e estratégias de comunicação claras e mais efectivas, para o melhor desempenho desta organização, especialmente no tratamento de matérias ligadas com as mudanças climáticas.

Acima de tudo, o maior beneficiário deste estudo é a sociedade moçambicana e o mundo no geral ao serem engajados a tomar as acções eficazes e concretas que irão ajudar e facilitar a adaptação e mitigação dos impactos nefastos das MC.

No campo académico, os resultados da pesquisa poderão trazer alguns pressupostos que ajudarão no desenvolvimento de pesquisas similares, porque em Moçambique ainda são poucos estudos feitos em torno da comunicação climática engajadora.

Por fim, em termos gerais, este estudo torna-se relevante para a academia, visto que poderá ampliar o espectro de compreensão da comunicação sobre as mudanças climáticas desenvolvida pelas organizações ou movimentos sociais e o seu impacto no público-alvo, uma vez que esta pesquisa estará disponível na biblioteca da Escola de Comunicação e Artes (ECA) e na Internet.

1.5 Objectivos

1.5.1 Objectivo geral

- ❖ Analisar até que ponto a Associação de Jornalistas Ambientais-AJA usa as estratégias efectivas que norteiam a Comunicação Climática Engajadora.

1.5.2 Objectivos específicos:

- ❖ Identificar formas de comunicação sobre as mudanças climáticas da AJA;
- ❖ Avaliar as estratégias de comunicação da AJA para com o público no que tange as mudanças climáticas;
- ❖ Apurar se as publicações ou as campanhas da AJA têm teor informativo e educativo no que tange as alterações climáticas: o que são, suas causas, seus potenciais impactos e suas possíveis soluções;
- ❖ Averiguar se a AJA faz cooperação com organizações governamentais e não governamentais no combate as Mudanças Climáticas.

CAPÍTULO II

2. QUADRO TEÓRICO E CONCEITUAL

2.1 Comunicação Climática ou Comunicação das Mudanças Climáticas

A **Comunicação Climática, também designada por Comunicação das Mudanças Climáticas,** é definida pelo pesquisador Mairi Dupar (2019), como “(...) um campo da comunicação ambiental e da comunicação de ciência centrada na discussão das causas, natureza e efeitos das alterações climáticas antropogênicas.” Dupar, M.; McNamara, L. e Pacha, M. (2019:9).

De acordo com Dupar (2019), a pesquisa no campo surgiu na década de 1990 e, desde então, cresceu e se diversificou para incluir estudos sobre a media, enquadramento conceitual e engajamento e resposta do público.

A maior parte das pesquisas centram-se no aumento do conhecimento e da sensibilização do público, na compreensão dos valores e emoções culturais subjacentes e na promoção do envolvimento e da acção do público. As principais questões incluem familiaridade com o público, barreiras à compreensão pública, criação de mudanças, segmentação do público, mudança de retórica, saúde pública, narrativa e a cobertura da media.

A acadêmica Amy E. Chadwick (2016) identifica a Comunicação sobre Mudanças Climáticas como um novo campo de estudos que realmente surgiu na década de 1990, marcando o início da pesquisa em países desenvolvidos; por exemplo, Estados Unidos, Nova Zelândia e Suécia, estava em grande parte preocupada em estudar a percepção e compreensão do público sobre a ciência, modelos e riscos das mudanças climáticas e orientar o desenvolvimento de estratégias de comunicação.

Estes estudos mostraram que, embora o público estivesse ciente e começasse a notar os efeitos das mudanças climáticas (aumento das temperaturas e alteração dos padrões de precipitação), a compreensão pública das alterações climáticas estava interligada com a destruição da camada de ozono e outros riscos ambientais, mas não com as emissões de Dióxido de Carbono (CO₂) produzidas pelo homem. Este entendimento foi conjugado com uma preocupação líquida variada, mas globalmente crescente, que se manteve até meados da década de 2000.

Amy E. Chadwick (2016. Pag.20) ainda afirma que “em estudos de meados dos anos 2000 até o final dos anos 2010, há evidências de crescente ceticismo global, apesar do crescente consenso e evidências de visões cada vez mais polarizadas devido ao crescente uso das mudanças climáticas como um "teste de fogo" político”.

De 2010 a 2016, a pesquisadora Susanne C. Moser (2016) viu tanto a expansão do foco da comunicação sobre mudanças climáticas, que passou a incluir assuntos como evidências materializadas dos efeitos das mudanças climáticas, além de ciência e política, quanto conversas/comunicações mais prolíficas de uma variedade de vozes como aumentando a relevância das mudanças climáticas para a sociedade. Pesquisas realizadas até meados da década

de 2010 mostraram uma preocupação mista com as mudanças climáticas, dependendo da região global — notavelmente uma preocupação consistente nos países ocidentais desenvolvidos.

Moser (2016) observou um aumento no número total de estudos de comunicação climática em países ocidentais, e um maior foco na comunicação climática com povos indígenas e outras comunidades marginalizadas desde 2010. A partir de 2017, a pesquisa permaneceu focada na compreensão do público e, desde então, começou a analisar também a relevância da media, enquadramento conceitual, engajamento e resposta do público e estratégias persuasivas. Essa expansão legitimou a comunicação sobre as mudanças climáticas como seu próprio campo acadêmico e rendeu um grupo de especialistas específicos para ela.

2.2 Principais objetivos da comunicação climática

Para Ville Kumpu (2022), a maior parte da comunicação climática e da investigação neste domínio diz respeito (1) aos mecanismos relacionados com a compreensão/consciência e percepção do público relativamente às alterações climáticas que estão interligados com (2) valores culturais pessoais e emoções relacionadas com normas sociais e (3) como estes componentes podem influenciar o envolvimento e a acção que podem surgir como resposta à comunicação.

Dentro do campo académico, há debates sobre o que é mais importante: a comunicação baseada no conhecimento ou a comunicação movida pela emoção. Embora ambos estejam intrinsecamente ligados à acção, os investigadores consideram frequentemente que uma maior compreensão conduz a uma maior acção.

2.3 Tempo e Clima

Clima:

Clima é geralmente definida como o padrão climático de longo prazo em uma região, normalmente em média ao longo de 30 anos.

Mais rigorosamente, como indica Charlotte Werndl (2014), o clima é a média e a variabilidade das variáveis meteorológicas ao longo de um período de meses a milhões de anos. Algumas das variáveis meteorológicas que são comumente medidas são temperatura, umidade, pressão atmosférica, vento e precipitação.

“Em um sentido mais amplo, clima é o estado dos componentes do sistema climático, incluindo a atmosfera, hidrosfera, criosfera, litosfera e biosfera e as interações entre eles. O clima de um local é afetado pela sua latitude, longitude, terreno, altitude, uso do solo e massas de água próximas e suas correntes.” Charlotte Werndl (2014, Pag.30)

“Os climas podem ser classificados de acordo com as variáveis médias e típicas, mais comumente temperatura e precipitação. O esquema de classificação mais utilizado foi a classificação climática de Köppen. O sistema de Thornthwaite, em uso desde 1948, incorpora evapotranspiração juntamente com informações de temperatura e precipitação e é usado no estudo da diversidade biológica e como as mudanças climáticas a afetam. As principais classificações na classificação climática de Thornthwaite são microtérmica, mesotérmica e megathermal. Finalmente, os sistemas de Bergeron e Classificação Sinóptica Espacial concentram-se na origem das massas de ar que definem o clima de uma região.” Charlotte Werndl (2014, Pag.31)

Já para o *The Intergovernmental Panel on Climate Change* (IPCC) 2001, (O Painel Intergovernamental sobre as Mudanças Climáticas (PIAC)), um organismo intergovernamental das Nações Unidas, que tem a função de fazer avançar o conhecimento científico sobre as alterações climáticas causadas pelas actividades humanas, clima, em sentido estrito, é o "tempo médio", ou mais rigorosamente, como a descrição estatística em termos da média e variabilidade de quantidades relevantes ao longo de um período que varia de meses a milhares ou milhões de anos. O período clássico é de 30 anos, conforme definido pela Organização Meteorológica Mundial (OMM). Essas quantidades são, na maioria das vezes, variáveis superficiais, como temperatura, precipitação e vento. Clima, num sentido mais amplo, é o estado, incluindo uma descrição estatística, do sistema climático."

2.4 Clima em Moçambique

O clima de Moçambique é húmido e tropical, influenciado pelo regime de monções do Índico e pela corrente quente do Canal de Moçambique, com estações secas de Maio a Setembro. A pluviosidade anual é alta, especialmente no norte do país. A pluviosidade é mais forte, por um lado, nas terras altas na fronteira com o Zimbábue e o Maláui, e por outro lado, na costa entre Maputo e Beira, a qual está exposta às chuvas acompanhadas de vento durante todo o ano ¹.

As temperaturas médias no Sul variam entre os 13–24 °C em Julho a 22–31 °C em Fevereiro. A estação das chuvas ocorre entre Outubro e Abril.

A precipitação média nas montanhas ultrapassa os 2 mil mm. A humidade relativa é elevada situando-se entre 70 a 80%, embora os valores diários cheguem a oscilar entre 10 e 90%. As temperaturas médias variam entre 20 °C no Sul e 26 °C no Norte, sendo os valores mais elevados durante a época das chuvas ².

Seca e chuvas causadas por ciclones tropicais estão causando problemas ambientais. As inundações causadas por um furacão em 2000 foram os piores em 50 anos. Centenas de milhares de famílias tiveram que deixar as suas casas. No entanto, a preparação da população para desastres melhorou e os danos causados pelas inundações na primavera de 2007 foram significativamente menores. Na primavera de 2008, grandes evacuações foram realizadas em áreas de inundações.

2.5 Mudanças Climáticas

o IPCC (2001) define as Mudanças Climáticas como qualquer mudança no clima por um determinado período, seja devido à variabilidade natural ou como resultado da actividade humana.

¹ MINISTÉRIO PARA A COORDENAÇÃO DA ACÇÃO AMBIENTAL. Estratégia Nacional de Adaptação e Mitigação de Mudanças Climáticas. Maputo, 2012. 70p.

Os Gases com Efeito de Estufa produzidos pelo homem (GEE), como o Dióxido de Carbono (CO₂), são responsáveis pelo aquecimento global. O IPCC relatou que a principal fonte do aumento da concentração atmosférica de CO₂, desde o período pré-industrial, resulta do uso de combustíveis fósseis.

Para Eda Terezinha de Oliveira (2008), as Mudanças Climáticas são uma alteração significativa e duradoura na distribuição estatística dos padrões meteorológicos ao longo de períodos que variam entre décadas e milhões de anos. Uma mudança nos padrões climáticos globais ou regionais, atribuída em grande parte ao aumento dos níveis de dióxido de carbono atmosférico produzido pelo uso de combustíveis fósseis.

Os factores que podem moldar o clima são chamados de Forças Climáticas. Estes incluem processos como variações na radiação solar, variações na órbita da Terra, perda de gelo marinho, subida acelerada do nível do mar, ondas de calor mais intensas, alterações nas emissões de gases com efeito de estufa e deriva continental.

2.6 O Impacto Das Mudanças Climáticas Em Moçambique

As Mudanças Climáticas, definidas como alterações no clima (nos padrões de temperatura e precipitação) directa ou indirectamente atribuídas às actividades humanas, que alteram a composição global da atmosfera e aumentam o efeito de estufa, e que são adicionais à variabilidade natural do clima observada ao longo de períodos de tempo comparáveis, são um factor determinante nos processos de desenvolvimento, sendo reconhecidas como o maior risco para o alcance das metas assumidas, principalmente para os países menos desenvolvidos. Manifestações das MC podem observar-se através do aumento de frequência e intensidade de eventos climáticos extremos tais como secas, cheias, ciclones tropicais, mudanças nos padrões de temperatura e precipitação e outros fenómenos associados tais como subida do nível das águas do mar, intrusão salina e propagação de incêndios florestais, entre outros.

² MINISTÉRIO PARA A COORDENAÇÃO DA ACÇÃO AMBIENTAL. Estratégia Nacional de Adaptação e Mitigação de Mudanças Climáticas. Maputo, 2012. 70p.

Muitos destes fenómenos estão já a ocorrer e na última década representaram em Moçambique perdas de milhares de vidas humanas e a destruição de infraestruturas públicas e privadas incluindo escolas, hospitais, vias de acesso, residências e estâncias turísticas, entre outras.

Estas perdas implicaram a redução no crescimento do Produto Interno Bruto (PIB) e fizeram retroceder a persecução dos objectivos do Governo de redução da pobreza e criação de riqueza nacional, incluindo os assumidos a nível internacional como são os Objectivos de Desenvolvimento do Milénio (ODM). Dado que as MC já não podem ser evitadas, e as projecções indicam que os seus impactos em Moçambique irão aumentar tanto em frequência como em intensidade ³.

As MC, com origem nas actividades antropogénicas de alteração do uso do solo, da agricultura, do tratamento de resíduos e dos processos produtivos, incluindo a queima de combustíveis fósseis, constituem um dos grandes problemas que ameaçam a humanidade e o desenvolvimento, incluindo como consequências a degradação de ecossistemas essenciais e a destruição dos recursos naturais, que são a base de produção da economia. Dados científicos demonstram que as MC são resultado das emissões com origem antropogénica de GEE, com destaque para o dióxido de carbono (CO₂), o metano (CH₄) e o óxido nitroso (N₂O), e que os valores da sua concentração na atmosfera registados no presente representam máximos históricos.

Moçambique é especialmente vulnerável às MC devido à sua localização geográfica na zona de convergência intertropical e a jusante de bacias hidrográficas partilhadas, à sua longa costa e à existência de extensas áreas com altitude abaixo do actual nível das águas do mar. Por outro lado, contribuem para a sua vulnerabilidade e baixa capacidade adaptativa, entre outros factores, a pobreza, os limitados investimentos em tecnologia avançada e a fragilidade das infraestruturas e serviços sociais com destaque para a saúde e o saneamento ⁴.

³ Disponível em: [Impacto das mudanças climáticas em Moçambique \(explicador.co.mz\)](http://explicador.co.mz/Impacto-das-mudancas-climaticas-em-Mocambique)

⁴ Disponível em: [Impacto das mudanças climáticas em Moçambique \(explicador.co.mz\)](http://explicador.co.mz/Impacto-das-mudancas-climaticas-em-Mocambique)

No país as MC manifestam-se através de alterações nos padrões de temperatura e precipitação, do aumento do nível das águas do mar e do tanto em termos de frequência como de intensidade, de eventos climáticos extremos tais como secas, cheias e ciclones tropicais que afectam diferentes regiões do país todos os anos. As consequências incluem a perda de vidas humanas, de culturas agrícolas, de animais domésticos e fauna bravia, a destruição de infraestruturas sociais e económicas, o aumento da dependência da ajuda internacional, o aumento dos preços dos produtos agrícolas e a deterioração da saúde humana, degradação ambiental e perda de ecossistemas. As MC representam, assim, um retrocesso nos esforços do Governo e seus parceiros no combate à pobreza e perseguição dos ODM.

Clima e tempo são dois conceitos diferentes na meteorologia. O clima é a média das condições atmosféricas de uma região ao longo de um período de tempo, enquanto o tempo é a condição atmosférica atual em um determinado momento e lugar. O tempo pode variar no curto prazo, mas o clima é algo mais prolongado e completo.

2.7 Jornalismo Ambiental E O Papel Da Media Na Divulgação De Informação Sobre Mudanças Climáticas

De acordo com BUENO (2007: 35), o Jornalismo Ambiental é o processo de captação, produção, edição e circulação de informações comprometidas com a temática ambiental e que se destinam a um público leigo, não especializado. O jornalismo ambiental busca fazer a ponte entre especialistas do meio ambiente, como cientistas, técnicos e analistas ambientais, com a população geral.

BUENO (2007) prioriza três funções do jornalismo ambiental: a função informativa, pedagógica e política: A função informativa preenche a necessidade que os cidadãos têm de estar em dia com os principais temas que abrangem a questão ambiental. considerando o impacto que determinadas posturas (hábitos de consumo, por exemplo), processos (efeito estufa, poluição do ar e água, contaminação por agrotóxicos, destruição da biodiversidade, etc.) e modelos (como o que privilegia o desenvolvimento a qualquer custo) tem sobre o meio ambiente e, por extensão, sobre a sua qualidade de vida. A função pedagógica diz respeito à explicitação das causas e soluções para os problemas ambientais e à indicação de caminhos (que incluem necessariamente

a participação dos cidadãos) para a superação dos problemas ambientais. A função política (aqui entendida em seu sentido mais amplo e não obviamente restrita à sua instância meramente político-partidária) tem a ver com a mobilização dos cidadãos para fazer frente aos interesses que condicionam o agravamento da questão ambiental. (BUENO, 2007) "Grande parte das notícias sobre a questão ambiental tem como fonte a comunidade científica" (BARROS e SOUSA, 2008: 8). Um exemplo disso é a importância que é dada à publicação dos relatórios do Painel Intergovernamental sobre Mudanças Climáticas (IPCC) e das Conferências da ONU sobre o Meio Ambiente e o Desenvolvimento. A ponte entre cientistas e a população, entretanto, não é de troca de informações, mas sim, uma imposição de cima para baixo, onde a comunidade científica tem preferência e voz na mídia quando se trata de meio ambiente. Para TRIGUEIRO (2005: 78), citado por BIMBATO, (2016), "o desafio é traduzir, sem prejuízo da informação, as descobertas que emergem dos meios acadêmicos e científicos", quando aborda o jornalismo ambiental e suas funções. Cabe à mídia oferecer espaço de debate para que o tema meio ambiente, mudanças climáticas e sustentabilidade seja publicado levando as pessoas a pensarem mais criticamente sobre o futuro sustentável, pois a mídia tem um potencial capaz de fazer com que a população se envolva em um estilo de vida resiliente face às mudanças climáticas. Para BECK, (2011), o conhecimento científico, os avanços tecnológicos e a questão ambiental tal como aparecem na mídia ajudam a constituir o modo como entendemos diversos problemas contemporâneos, que caracterizam a alta modernidade, ou modernidade reflexiva como as mudanças climáticas.

2.8 Surgimento e historial da Associação de Jornalistas Ambientais (AJA)

A Associação de Jornalistas Ambientais surgiu em 2019, mas só veio a ser registada em 2021. A AJA é composta por jornalistas, comunicadores, e outros membros interessados nas matérias ligadas a preservação e conservação do meio ambiente.

O que ditou a formação desta organização, nas palavras do seu presidente e jornalista ambiental da Rádio de Moçambique, Leopoldo Agapito, foi a falta de formalização da especialidade ligada ao meio ambiente, diferentemente das especialidades de política, sociedade, desporto, que são dadas uma atenção especial por parte da comunicação social moçambicana.

“As mudanças climáticas é um tema relativamente novo para Moçambique e novo para o jornalismo moçambicano. Dai que surgiu a minha ideia de juntar pessoas ligadas ao jornalismo e a comunicação social, que tivessem algum interesse em abordar esta temática com mais profundidade, investindo na formação, para adquirir mais conhecimento, para falar com mais propriedade. Então, juntei um grupo de profissionais de comunicação de diferentes órgãos de comunicação sediados na praça. Com cerca de 10 colegas, inicialmente, fundamos a AJA, a registamos, e começou a funcionar.” Leopoldo Agapito, presidente da AJA.

Em termos de expansão, a AJA pretende instalar sua presença em todas as províncias de Moçambique, e a associação tem trabalhado nesse sentido, contando agora com núcleos na cidade de Nampula e na cidade de Pemba. A organização já tem na sua agenda para o presente ano (2024) a ideia de avançar para a província de Gaza, concretamente para a cidade de Xai-Xai, e para Quelimane, na Zambézia.

“Já demos os passos largos e estamos muito avançados para operacionalizar estes novos núcleos. A ideia é expandir para todo o país, mas também dinamizar os que já foram criados. Estamos felizes com o que o Núcleo de Nampula esta a fazer; é o mais dinâmico em relação a Pemba.” Leopoldo Agapito.

Para além do compromisso que tem em comunicar com o público em relação às matérias ambientais, A Associação de Jornalistas Ambientais tem como objectivo, despertar a consciência nos jornalistas sobre a importância de sempre propor nas redações pauta sobre temas relacionadas ao ambiente e as mudanças climáticas.

Relativamente aos objectivos e desafios, a organização enfrenta o desafio de formar jornalistas nestas temáticas [climáticas], bem como desafio de propor junto ao governo a melhoria das políticas ambientais que favoreçam e que vão ao encontro dos objetivos do Desenvolvimento Sustentável 2030, não só, mas também de outras agendas das Nações Unidas, bem como as agendas nacionais de Desenvolvimento Sustentável.

“O nosso compromisso para com o público é informar melhor e formar as opiniões, que nós, como jornalistas, se falarmos com domínio e propriedade sobre as mudanças climáticas, estaremos a informar e a formar a consciência de pessoas, porque temáticas como Mudanças Climáticas vieram para ficar. Os cenários como de seca, inundações e cheias, ciclones. Por isso que é necessário saber como levar esta mensagem para as comunidades, para os locais mais propensos as cheias e inundações, porque sabemos que no país o nível de analfabetismo ainda se faz sentir muito, sobretudo nas zonas rurais, la onde se informa, por exemplo nas línguas locais, como Changana, macua, maconde, nyanja sobre o impacto das Mudanças Climáticas, os perigos da eminência da ocorrência de um ciclone, através das Rádios Comunitárias, e através da RM, que tem uma cobertura nacional.” Leopoldo Agapito

A AJA ambiciona fazer ligação com as academias, estabelecendo protocolos com as universidades, como a Universidade Eduardo Mondlane, por exemplo, que foi a pioneira, em Moçambique, na introdução do curso de licenciatura em Educação Ambiental, que é fundamental para as pessoas terem consciências sobre os perigos e os cuidados a se ter, na observância de práticas correctas, que não vão ferir contra as cheias, ciclones, a não construção nas zonas propensas as chias e inundações e outros perigos.

CAPÍTULO III

3. METODOLOGIA

Na presente secção, descrevem-se os procedimentos metodológicos usados durante a elaboração deste estudo. Segundo Fonseca (2002, p. 11), citado por Gerhardt e Souza (2009, p.14), “o conhecimento científico é produzido pela investigação científica, através de seus métodos.” Para Oliveira (2011, p.7), “o método científico é fundamental para validar as pesquisas e seus resultados serem aceites”. Para ser científico, contudo, este método impera a observância de

procedimentos e técnicas formais, desenvolvidos de “[...] modo sistematizado, utilizando para isto método próprio e técnicas específicas”. (RUDIO, 1980, p.9 apud OLIVEIRA, 2011, p.8)

Taimo (2021) citando Gerhardt & Silveira (2009) aponta que a metodologia é referente à validade do caminho usado para se alcançar o fim proposto pelo estudo. Assim sendo, “[...] vai além da descrição dos procedimentos (métodos e técnicas a serem utilizados na pesquisa), indicando a escolha teórica realizada pelo pesquisador para abordar o objecto de estudo”.

Portanto, atendendo às preocupações e os objectivos da presente pesquisa, optou-se por uma metodologia mista, focada no paradigma quantitativo e qualitativo, tendo como objecto de estudo as actividades levadas a cabo pela Associação de Jornalistas Ambientais-AJA, ligadas a comunicação sobre as mudanças climáticas para com o seu público-alvo.

No que concerne às técnicas de colecta de dados, esta pesquisa baseou-se na pesquisa digital, entrevista e observação.

A pesquisa digital consistiu na colecção de artigos jornalísticos publicados na página *web* da AJA, com vista a analisar até que ponto os conteúdos da associação em estudo contêm o teor informativo e educativo para com o seu público-alvo em matérias de Mudanças Climáticas, relativamente às suas causas, os potenciais impactos e suas possíveis soluções. Já para averiguar em que medida a AJA dá prioridade às audiências com maior probabilidade de se envolver com notícias sobre as alterações climáticas (Público Jovem/Estudantil, Profissionais/Empresas (actuates na indústria de combustíveis fósseis), Comunidades Locais/Minoria, Decisores Políticos (governos e as elites políticas); sendo estes mobilizadores de outras classes), baseou-se na observação.

E, com o escopo de saber se a AJA faz ou não cooperação com organizações governamentais e não governamentais, para promover e provocar mudanças nas normas sociais e nos valores culturais não favoráveis ao ambiente, foi conduzida uma entrevista ao jornalista e presidente da AJA, Leopoldo Agapito, com as seguintes questões:

1. Nos exercícios das suas actividades ambientais, em especial no combate aos impactos das mudanças climáticas, a AJA faz cooperação com organizações governamentais e não governamentais?
2. Se sim, quais são as actividades que tem levado a cabo?
3. No âmbito do seu trabalho, a AJA já influenciou para mudanças nas normas sociais e nos valores culturais não favoráveis ao ambiente? Se sim, quais foram?

E já para a análise de dados, adoptou-se a técnica de análise estatística de dados (dados quantitativos) e análise de conteúdo (dados qualitativos). Segundo GERHARDT e SILVEIRA (2009, pág. 81 e 82) a análise estatística de dados consiste no processamento de dados, os quais podem estar apresentados em gráficos ou tabela para a sua interpretação; e a análise de conteúdo, no argumento desses autores, permite fazer inferência de conhecimentos relativos às condições de produção e recepção das mensagens. No contexto desta pesquisa, esta técnica vai permitir aferir se o teor dos conteúdos produzidos pela AJA e de suas campanhas é, efectivamente, informativo e educativo, bem como prioritário a certas audiências. Outrossim, aferir-se-á se a organização em análise faz cooperação com as organizações governamentais e não governamentais na promoção de soluções políticas e mudanças comportamentais, como promoção ao uso de transportes de massa (ou público), o uso de energias renováveis, alimentos orgânicos acessíveis (que ajudam a preservar o meio ambiente e a biodiversidade).

3.1 Quadro de categorias para colecta e análise de dados

Nesta pesquisa, os pressupostos-base para a construção de quadro de categorias para colecta e análise de dados estão assentes na teoria sobre comunicação climática engajadora, sugerida por Shane Gunster (2018, pag. 48). De acordo com esta autora, a comunicação climática engajadora é aquela comunicação que assume o papel de activismo na disseminação de informações relacionadas as mudanças climáticas (MC), que, para além de informar, estende sua missão para

engajar a sociedade a tomar acções concisas e concretas de adaptação e mitigação dos impactos das MC, tendo como objectivo “melhorar a conscientização pública e a compreensão do problema, gerar maiores níveis de cuidado e preocupação e motivar maior apoio para soluções políticas e mudanças comportamentais.”

Para que se atinjam estes traços de comunicação climática engajadora, a autora acima referida sugere que os conteúdos devem informar e educar os indivíduos sobre as alterações climáticas, dar prioridade às audiências com maior probabilidade de se envolver com notícias sobre as alterações climáticas, e que os jornalistas devem cooperar com organizações governamentais e não governamentais, para promover e provocar mudanças nas normas sociais e nos valores culturais não favoráveis ao ambiente.

Neste sentido, é apresentado o quadro de categorias para a colecta, análise e interpretação de dados que serão recolhidos através de entrevistas e com recurso à observação e análise dos conteúdos de artigos e documentos estatutários desta organização.

QUADRO DE CATEGORIAS PARA A COLECTA, ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DE DADOS

Comunicação Climática Engajadora (Shane Gunster, 2018)	Categoria	Descrição
	Informar e educar os indivíduos sobre as alterações climáticas.	Este aspecto busca informar, disseminar e conscientizar o público ou a sociedade, de forma mais clara e simples possível, informações sobre as mudanças climáticas; essencialmente no que tange a suas causas, seus potenciais impactos, bem como suas possíveis soluções.
	Dar prioridade às audiências com maior probabilidade de se envolver com notícias sobre as alterações climáticas.	Parte do princípio de que o público não é homogêneo, portanto, deve se priorizar audiências com maior probabilidade de envolvimento, tais como Público Jovem/Estudantil, Profissionais/Empresas (empresas actantes na indústria de combustíveis fósseis), Comunidades Locais/Minoria, Decisores Políticos, governos e as elites políticas.
	Cooperar com organizações governamentais e não governamentais, para promover e provocar mudanças nas normas sociais e nos valores culturais não favoráveis ao ambiente.	Visa a cooperação com as organizações governamentais e não governamentais na promoção de soluções políticas e mudanças comportamentais, como promoção ao uso de transportes de massa (ou público), o uso de energias renováveis, alimentos orgânicos acessíveis (que ajudam a preservar o meio ambiente e a biodiversidade).

Tabela: As categorias de análises da pesquisa.

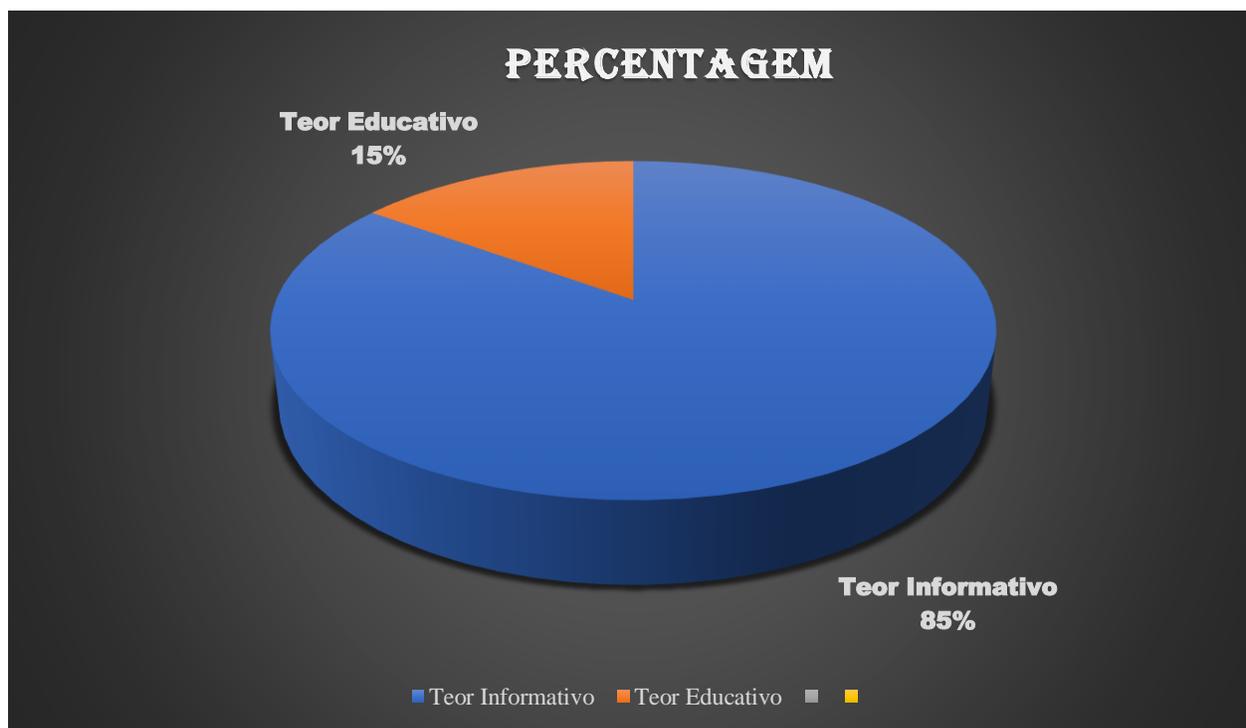
CAPÍTULO IV

4. APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DE DADOS

Conforme foi referido no problema, este trabalho tem por objectivo analisar até que ponto a Associação de Jornalistas Ambientais-AJA faz o uso das estratégias efectivas que norteiam a Comunicação Climática Engajadora no âmbito das suas actividades ambientais. Para o efeito, neste capítulo, é feita a análise e interpretação dos dados colhidos durante a pesquisa.

4.1 Análise e interpretação de dados colhidos no site oficial da AJA

Gráfico 1: Publicações com teor educativo vs. teor informativo no site da AJA



Fonte: adaptado pelo autor

Como já referenciado anteriormente, um dos objectivos específicos da presente pesquisa consiste em apurar se as publicações ou as campanhas da AJA têm teor informativo e educativo no que

tange as alterações climáticas: o que são, suas causas, seus potenciais impactos e suas possíveis soluções.

O gráfico na página anterior reflete as publicações de notícias reactivas as mudanças climáticas observadas no site oficial da Associação de Jornalistas Ambientais. Com um universo de cerca de 140 publicações com matérias ligadas a protecção e conservação do meio ambiente do referido site, que demonstrou o maior interesse que a organização tem em lidar com matérias ligadas as mudanças climáticas, obteve-se uma amostra de 62 publicações que abordam directamente a temática das alterações climáticas, em seus diversos aspectos.

Toda a amostra selecionada foi levantada no site oficial da organização, apesar do objectivo da pesquisa ter tido intenção de incluir, também, outras plataformas de publicação de actividades levadas a cabo pela AJA, como meios de comunicação com o seu público-alvo. Após as pesquisas, porém, constatou-se que apenas o site é muito usado para publicação desses conteúdos, e com um nível de actualização de matérias avançado. Não obstante a existência duma página do Facebook da instituição, a plataforma raramente é actualizada e a maior parte de seus posts consiste na partilha de publicações feitas noutras páginas. Portanto, o nível de engajamento é muito reduzido; razão esta que levou a pesquisa a concentrar-se mais no site, pelo seu nível de engajamento por parte da AJA.

Tal como ilustra o gráfico, das 62 publicações que directamente abordam a temática das alterações climáticas em seus diversos aspectos, 50 revelaram-se informativas, que correspondem a uma percentagem de 85% de posts com teor informativo; portanto, apenas 12 publicações revelaram conteúdos com intenção de engajar o público na base de transmissão de conhecimentos do que são as mudanças climáticas, suas causas, seus potenciais impactos e suas possíveis soluções, colocando a responsabilidade em todos os actores sociais. No gráfico, as 12 publicações correspondem a uma menor percentagem de 15% de posts com teor educativo.

Estas análises feitas nas publicações da AJA, comprovam, mais uma vez, a posição da autora Shane Gunster (2018), quando critica o mecanismo adoptado por várias organizações e vários órgãos de comunicação social responsáveis pela comunicação e mensagens concernentes as mudanças climáticas. Citando a autora, a maior parte da comunicação sobre mudanças climáticas geralmente assume que fornecer informações precisas sobre suas causas, consequências e soluções irá necessariamente melhorar a conscientização pública e a compreensão do problema,

gerar maiores níveis de cuidado e preocupação e motivar maior apoio para soluções políticas e mudanças comportamentais.

Na mesma lógica de Shane, Potter e Oster (2008: 119), também afirmam que a cobertura da media de relatórios científicos e cúpulas políticas a campanhas de defesa, é feita em torno da simples crença de que os membros do público leigo precisam ser mais bem informados sobre a mudança climática para que possam se envolver em práticas pró-ambientais. Acredita-se que as pessoas são actores racionais e responsáveis que simplesmente requerem informações apropriadas para alterar seus comportamentos e apoiar mudanças políticas.

Durante esta pesquisa, aferiu-se que a AJA, a despeito do seu maior interesse em apoiar o país nas matérias das alterações climáticas, limita-se ainda em mais informações, que não são necessariamente educativas, mas, sim, cobertura de eventos, interpretação de relatórios internacionais emitidos pelas organizações incumbidas pelas matérias climáticas e ou pelas comunidades científicas.

E, pela complexidade destas matérias, o público dificilmente vai atingir o objectivo principal da comunicação climática engajadora, que é **“melhorar a consciencialização pública e a compreensão do problema, gerar maiores níveis de cuidado e preocupação e motivar maior apoio para soluções políticas e mudanças comportamentais”** Shane Gunster (2018, pag. 48).

Entretanto, a AJA demonstra uma atitude promissora no que tange ao nível de cobertura de matérias de fenómenos climatéricos que se constatou no site, por exemplo, questões ligadas a transição energética, emissões de carbono ou gases com efeitos de estufa, eventos climáticos extremos, a que Moçambique ciclicamente é vítima, energia nuclear para descarbonização, subidas de temperaturas média, secas severas, cheias, queima de combustíveis fósseis, a deflorestação, construção de infraestruturas resilientes, uso de tecnologias de avisos prévios, com vista a dar alertas as comunidades vulneráveis atempadamente, e outros fenómenos que provocam o agravamento das alterações climáticas, e mecanismos de prevenção e mitigação dos efeitos das MC.

Exemplo de publicações da AJA com teor informativo e teor educativo

Conteúdo	Teor explicativo
“Sobre a temperatura global subiu 1,5°C.”	“A temperatura global subiu 1,5°C devido ao aumento da emissão de gases de efeito estufa, como o dióxido de carbono (CO ₂).”
“Sobre chuvas fortes causaram inundações.”	“Chuvas fortes causaram inundações devido ao aumento da evaporação, consequência do aquecimento global.”
“Sobre as florestas estão sendo desmatadas.”	“O desmatamento das florestas reduz a capacidade do planeta de absorver CO ₂ , agravando o efeito estufa.”
“Sobre o nível do mar está subindo.”	“O nível do mar está subindo porque o derretimento das calotas polares aumenta o volume de água nos oceanos.”

“Eventos climáticos extremos aumentaram.”	“Eventos climáticos extremos, como furacões, tornados e secas, aumentaram devido as mudanças nos padrões climáticos provocados pelo aquecimento global.”
---	--

Números	Teor informativo com termos técnicos não explicados
1	“A concentração atmosférica de dióxido de carbono ultrapassou 420ppm.”
2	“O fenómeno da acidificação dos oceanos está em aceleração.”
3	“O derretimento das calotas polares está a contribuir para a anomalia térmica global.
4	“Eventos hidrometeorológicos extremos estão em aumento exponencial.”
5	“A degradação dos biomas tropicais compromete os sumidouros de carbono.”
6	“A criosfera está a perder massa em ritmo alarmante.”
7	“Os padrões de precipitação estão sendo alterados pela intensificação do efeito estufa.”
8	“As emissões de gases fluorados continuam a crescer no sector industrial.”

4.2 Análise de Conteúdo dos Artigos Publicados pela AJA

A segunda categoria de análise apresentada pela Shane Gunster (2018), no que diz respeito a comunicação climática engajadora, é “dar prioridade às audiências com maior probabilidade de se envolver com notícias sobre as alterações climáticas.”

Com esta categoria, como já foi mencionado nos objectivos específicos desta pesquisa, procura-se apurar se a AJA prioriza as audiências específicas com maior probabilidade de se envolver com notícias sobre as alterações climáticas, tendo como categorias: Público Jovem/Estudantil, Profissionais/Empresas (empresas actantes na indústria de combustíveis fósseis), Comunidades Locais/Minoria, Decisores Políticos (governos e as elites políticas).

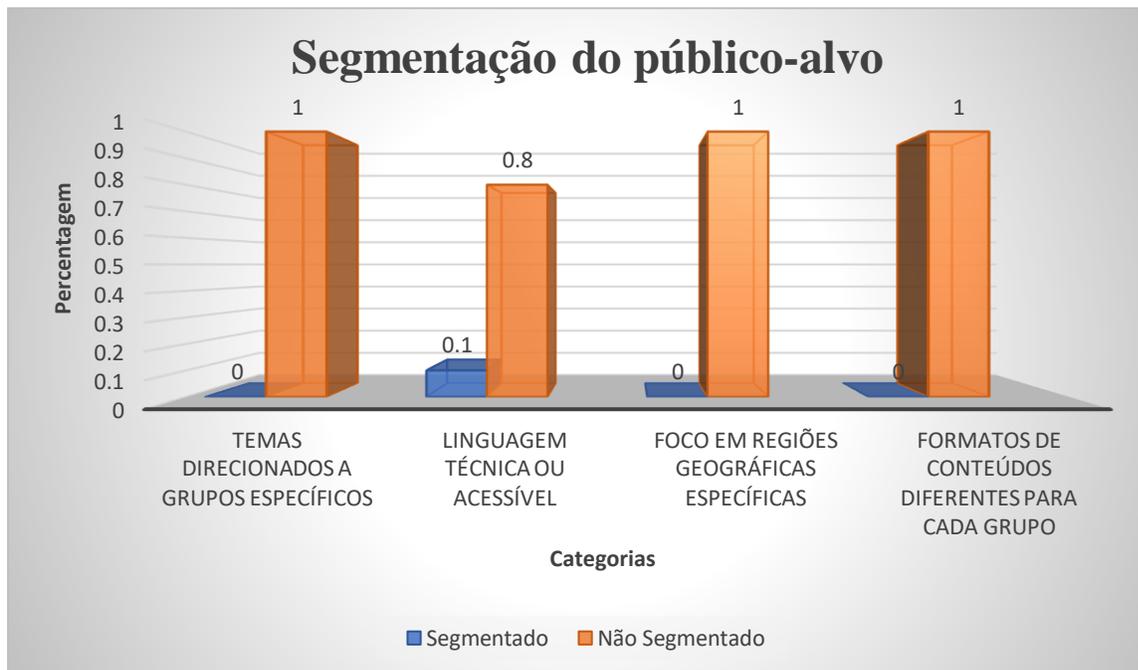
Parte-se do princípio de que o público não é homogêneo, portanto, deve se priorizar audiências com maior probabilidade de envolvimento, sendo estes mobilizadores de outras classes.

Tabela 2: A tabela abaixo ilustra os resultados obtidos no site de notícias da AJA através da análise de conteúdos publicados.

Categorias	Segmentado	Não Segmentado
Temas direcionados a grupos específicos (ex.: educadores, cientistas)	Não	Sim
Linguagem técnica ou acessível	Não	Sim
Foco em regiões geográficas específicas	Não	Sim
Formatos de conteúdos diferentes para cada grupo	Não	Sim

Fonte: Adaptado pelo autor

Gráfico 2: Representação gráfica da segmentação do público-alvo dos conteúdos publicados pela AJA.



Fonte: Adaptado pelo autor

Esta categoria foi apurada através do método de observação. Um diagnóstico feito a nível das plataformas onde a AJA faz suas publicações. Nessa observação da página web da instituição, constatou-se que o público da AJA não é segmentado, ou seja, a AJA não dá prioridade às audiências específicas. As informações são publicadas no site e, poucas vezes, partilhadas na sua página do Facebook, dando acesso ao público no geral que se interessa na matéria de protecção e conservação do meio ambiente.

Em outras palavras, a AJA dá o mesmo tratamento para todos, sem olhar para quem tem maior probabilidade de se envolver com matérias relacionadas às mudanças climáticas. Os únicos seguimentos observados na web foram relativos à organização da planilha de suas publicações em Início, AJA, Legislação, Notícias, Eventos, Entrevistas, Multimídia e Contacto. Portanto, esta divisão é apenas uma construção estrutural da página, com vista a facilitar aos leitores a

localização de matérias, e segmentar os gêneros noticiosos. Sem, no entanto, ter que definir um público-alvo específico.

A categoria de “Linguagem técnica ou acessível foi uma exceção ao acaso, pelo o facto de, em alguns casos, os textos publicados apresentarem uma linguagem não técnica, mas acessível a públicos leigos.

Entre as principais actividades humanas que causam o aquecimento global e conseqüentemente as mudanças climáticas, a queima de combustíveis fósseis (derivados do petróleo, carvão mineral e gás natural) para geração de energia, actividades industriais e transportes; conversão do uso do solo; agropecuária; descarte de resíduos sólidos (lixo) e desmatamento. Todas estas actividades emitem grande quantidade de CO² e de gases formadores do efeito estufa.

Porém, por mais que as famílias mais pobres não carreguem a responsabilidade das mudanças climáticas, essas são as pessoas que mais sofrem com as conseqüências desses eventos. As comunidades mais pobres e marginalizadas são as mais afetadas pelas mudanças climáticas: sofrem com as inundações, deslizamentos, secas, desbarrancamentos, e pagam muitas vezes, com suas vidas.

4.3 Análise sobre a cooperatividade da AJA com outras organizações no combate as Mudanças Climáticas

Atendendo à um dos objectivos específicos desta pesquisa, que pretende apurar se a AJA faz ou não cooperação com organizações governamentais e não governamentais, para promover e provocar mudanças nas normas sociais e nos valores culturais não favoráveis ao ambiente, foi conduzida uma entrevista ao jornalista e presidente da AJA, Leopoldo Agapito, que, através das perguntas colocadas, detalhou como a instituição que preside opera quando se trata de cooperativismo com outras instituições privadas ou públicas, que tenham as mesmas visões que a AJA.

Diagrama de rede: Ilustração diagramática das relações de cooperação da AJA com outras instituições parceiras.



Fonte: adaptado pelo autor

Quando perguntado se, nos exercícios das actividades ambientais, em especial no combate aos impactos das mudanças climáticas, a Associação de Jornalistas Ambientais fazia ou não cooperação com outras organizações governamentais e não governamentais, Leopoldo Agapito respondeu afirmativamente dizendo que a AJA é um parceiro de todos, desde que o campo de atuação desses seja a preservação e promoção do meio ambiente.

A AJA trabalha com vários parceiros que, conjuntamente, têm vindo a trabalhar em colaboração sempre que necessário. São elas: Repensar, uma cooperativa de educação ambiental;

Organização Redes de Luxo, Organização Livaningo, Instituto Nacional de Meteorologia (INAM), Inspeção Nacional das Atividades Económicas (INAE), Ministério da Terra e Ambiente, Conselhos municipais, Fundação Yassin Amuji, Justiça Ambiental.

As actividades incluem a realização de workshop de educação ambiental nas escolas e cobertura e publicação dos eventos realizados pelos seus parceiros.

“Temos um projecto de educação ambiental que vai arrancar em três escolas da periferia da cidade de Maputo. Por que na periferia da cidade de Maputo? Por que nós julgámos que o entendimento sobre estas temáticas, nestes locais, é escasso, porque vivem lá pessoas com poucos recursos, algumas sem acesso a televisão, com níveis de pobreza altos, e as impedem de despertar para assistir programas televisivos, para o acesso a estas temáticas.” Leopoldo Agapito

Embora incipiente, a classificação pelo Agapito, os programas de educação ambiental têm efectuado maior impacto na promoção de conhecimentos sobre a importância da preservação do meio ambiente, prevenção e mitigação dos impactos das mudanças climáticas, bem como causar impactos para mudanças nas normas sociais e nos valores culturais não favoráveis ao ambiente. A educação ambiental é o foco da organização, para garantir a mudança de comportamento na sociedade.

Às vezes, a AJA recebe denúncias de moradores de diferentes bairros, que são afectados pelas instalações de unidades industriais que poluem o ar, devido a transmissão de gases de efeito estufa. E, quando isso acontece, a AJA dirige-se até às zonas afectadas, para averiguar a situação. Marcam encontro com os proprietários destas fábricas, que são entrevistados e conversam sobre a poluição em causa. Posteriormente, a AJA produz notícias que são publicadas no seu website e nas suas páginas de redes sociais. Ademais, a AJA procura as autoridades para informar sobre o assunto, e estas, por fim, é que tomam medidas aplicáveis a cada tipo de situação. Estas autoridades são geralmente o INAI, o Ministério da Terra, o município, ou entidades que licenciam o exercício de uma actividade específica.

Nesta entrevista, as respostas do presidente da Associação de Jornalistas Ambientais, Leopoldo Agapito, adequam-se aos princípios da comunicação climática engajadora de Shane Gunster (2018), ao cooperar com outras informações, para “melhorar a conscientização pública e a compreensão do problema, gerar maiores níveis de cuidado e preocupação e motivar maior apoio para soluções políticas e mudanças comportamentais.” Shane Gunster (2018, Pag. 48)

CAPÍTULO V

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Chegando até aqui, o estudo apresenta os resultados que foram alcançados durante as pesquisas feitas em torno do seu objeto de estudo e da avaliação dos objetivos traçados.

A Comunicação Climática Engajadora (CCE) constitui-se como mais uma forma de resolução dos impactos nefastos das mudanças climáticas. Um pouco longe da forma tradicional como a comunidade de jornalistas, cientistas e organizações comunicam suas mensagens relativas as alterações do clima, a CCE assume um papel de activismo na disseminação de informações relacionadas as mudanças climáticas (MC), que, para além de informar, pretende engajar a sociedade a tomar acções concisas e concretas de adaptação e mitigação dos impactos das MC, tendo como objectivo melhorar a conscientização pública e a compreensão do problema, gerar maiores níveis de cuidado e preocupação e motivar maior apoio para soluções políticas e mudanças comportamentais.

Conforme vimos, a CCE é regida pelas três estratégias-chave que, nesta pesquisa, foram levadas em conta como as principais categorias de análise: a) informar e educar os indivíduos sobre as alterações climáticas (as causas, os potenciais impactos e suas possíveis soluções); b) dar prioridade às audiências com maior probabilidade de se envolver com notícias sobre as alterações climáticas (em vez de uma abordagem única dirigida ao público em geral); c) cooperar com organizações governamentais e não governamentais, para promover e provocar mudanças nas normas sociais e nos valores culturais não favoráveis ao ambiente.

O objectivo geral desta pesquisa, tal como já referenciado anteriormente, foi de compreender até que ponto a Associação de Jornalistas Ambientais-AJA faz o uso das estratégias efectivas que norteiam a Comunicação Climática Engajadora no âmbito das suas actividades ambientais.

Com base na análise dos dados da pesquisa, confirma-se a hipótese segundo a qual as publicações ou as campanhas da AJA têm teor informativo e educativo no que tange as alterações climáticas: o que são, suas causas, seus potenciais impactos e suas possíveis soluções.

A pesar desta confirmação, as análises feitas apuraram que as publicações da AJA são maioritariamente informativas e menos educativas. 85% revelou-se ser de teor informativo, e apenas 15% apresentaram-se como educativas. Este facto revela uma fraqueza nas estratégias usadas pela AJA, para um contributo significativo na educação do seu público-alvo nas matérias das MC; pois, só a educação constitui um mecanismo fulcral na mudança de comportamentos desfavoráveis ao meio ambiente.

E já com o objectivo de verificar se a AJA priorizava as audiências com maior probabilidade de se envolver com notícias sobre as alterações climáticas, verificou-se que a organização ainda não tem uma estratégia de segmentação do seu público. Os conteúdos publicados nas plataformas da AJA são generalistas, dirigidas para um público homogénico, sem alvos prioritários. Este facto novamente confirma a hipótese que previa que a AJA não dava prioridade às audiências com maior probabilidade de se envolver com notícias sobre as alterações climáticas.

O último objectivo específico da pesquisa procurava averiguar se a AJA fazia cooperação com organizações governamentais e não governamentais no combate as Mudanças Climáticas. Pelo que as entrevistas conduzidas com o presidente da AJA, Leopoldo Agapito, apurou-se que a Associação de Jornalistas Ambientais se associa a outras organizações tanto públicas como privadas, que tenham os mesmos objetivos de conservação e promoção do meio ambiente. Agapito afirmou que a organização por ele presidida é parceiro e todos, mencionando as principais instituições com que tem trabalhado, citadas nas páginas anteriores. Uma constatação que igualmente confirma a hipótese segundo a qual a AJA faz cooperação com organizações governamentais e não governamentais no combate aos impactos das Mudanças Climáticas.

Por fim, em termos gerais, conclui-se que a pesquisa revelou que, apesar de possuir um nível considerável de engajamento e de educação do meio ambiente, em especial sobre as mudanças

climáticas, a AJA precisa de aprimorar a sua forma de comunicação com o seu público-alvo, do ponto de vista de estratégias, meios e técnicas de engajamento, bem como apostar mais na publicação e transmissão de informações educativas, que poderão “melhorar a conscientização pública e a compreensão da problemática do clima, gerar maiores níveis de cuidado e preocupação e motivar maior apoio para soluções políticas e mudanças comportamentais.” Shane Gunster (2018: 48).

6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BARROS, Antônio e SOUSA, Jorge. A Escola de Chicago e os estudos de jornalismo ambiental no Brasil e em Portugal. Natal-RN. Editora Intercom. 2008.

BECK, U. Sociedade de risco rumo a uma outra modernidade. Tradução de Sebastião Nascimento. 2. Ed. São Paulo. Editora 34. 2011.

BUENO, Wilson. Jornalismo Ambiental: explorando além dos conceitos. Editora UFPR. 2007.

CHADWICK, Amy E.: Climate Change, Health, and Communication: A Primer. Volume 31, 2016

[Climate Change, Health, and Communication: A Primer: Health Communication: Vol 31 , No 6 - Get Access \(tandfonline.com\)](#)

DUPAR, M; MCNAMARA, L.; PACHA, M. Communicating climate change: A practitioner's guide. Cape Town: Climate and Development Knowledge Network. 2019.

<https://aja.org.mz/category/noticias/>

<https://climateknowledgeportal.worldbank.org/overview>

GUNSTER, Shane. Engaging climate communication: Audiences, frames, values and norms. USA, 2018.

Intergovernmental Panel on Climate Change (IPCC): Climate Change 2001: Impacts, Adaptation, and Vulnerability.

[Impacto das mudancas climaticas em Mocambique \(explicador.co.mz\)](#)

IPCC 2014a. Climate Change 2014: Impacts, Adaptation, and Vulnerability. Summary for Policymakers. Cambridge University Press, Cambridge, 32 pp.

IPCC 2014b. Climate Change 2014: Mitigation of Climate Change. Summary for Policymakers. Cambridge University Press, Cambridge, 30 pp.

JATOBÁ, Sus; CIDADE, LCF; VARGAS, GM. Ecologismo, Ambientalismo e Ecologia Política: diferentes visões da sustentabilidade e do território. Soc estado, 2009.

LAVILLE, Christiane e DIONNE, Jean. A Construção do Saber: Manual de Metodologia de Pesquisa em Ciências Humanas; S. Paulo, Brasil; 1999

MINISTÉRIO PARA A COORDENAÇÃO DA ACÇÃO AMBIENTAL. Estratégia Nacional de Adaptação e Mitigação de Mudanças Climáticas. Maputo, 2012. 70p.

Mudanças Climáticas E Mudanças Socioambientais Globais: Reflexões Sobre Alternativas De Futuro/Coordenação De Eda Terezinha De Oliveira E Organização De Emília Wanda Rutkowski. Brasília: UNESCO, IBECC, 2008.

Mudanças Climáticas E Mudanças Socioambientais Globais: Reflexões Sobre Alternativas De Futuro / Coordenação De Eda Terezinha De Oliveira E Organização De Emília Wanda Rutkowski. Brasília: UNESCO, IBECC, 2008.

MANZINI, Covre; LOURDES, Maria de. Cidadania. São Paulo: Brasiliense:1993.

MARCONI, Marina, de Andrade e LAKATOS, Eva, Maria. Fundamentos de Metodologia Científica. 5ª edição, S. Paulo, 2003.

OTRE, Maria Alice Campagnoli. Comunicação Popular e Intelectuais pela Transformação Social – Intercom, Alaic e UCBC. Brasil, 2006.

SERRA, Carlos Manuel; DONDEYNE, Stefan; DURANG, Tom. O Meio Ambiente Em Moçambique: Notas Para Reflexão Sobre A Situação Actual E Os Desafios Para O Futuro. Maputo, 2012.

SILVA, Karine Zortea; COLOMBO, Renata. Mudanças Climáticas: Influência Antrópica, Impactos e Perspectivas. SP, 2012.

SUSANNE C. MOSER & LISA DILLING: Communicating Climate Change: Closing the Science-Action Gap. January 2012.

VILLE, Kumpu. What is Public Engagement and How Does it Help to Address Climate Change? A Review of Climate Communication Research, Environmental Communication. NY, 2022.

WERNDL, Charlotte: On Defining Climate and Climate Change, Article in The British Journal for the Philosophy of Science. December 2014

WOLF, Mauro. Teorias da comunicação. Lisboa: Presença. 1999.