Na terra da rainha,

LÁ, AO CONTRÁRIO DO BRASIL, TEMAS AMBIENTAIS VENDEM JORNAL, GANHAM

POR **GISELE TEIXEIRA***

É possível traçar uma relação entre jardinagem e aquecimento global? Três reportagens publicadas em abril pela mídia britânica mostram que sim. O problema ambiental, que já estava presente nas páginas de política e economia dos jornais da Inglaterra, avança aos poucos para editorias menos usuais, como as de comportamento e lazer. A abordagem fica mais perto do "mundo real" e pode trazer algumas lições aos jornalistas brasileiros.

Neste caso específico, o tema foi levado literalmente para o quintal dos cidadãos. Atingiu um hobby praticado por cerca de 27 milhões de pessoas no Reino Unido – em torno de 40% da população – e que movimenta um turismo de US$ 500 milhões por ano, entre visitas a jardins seculares e festivais de flores e plantas.

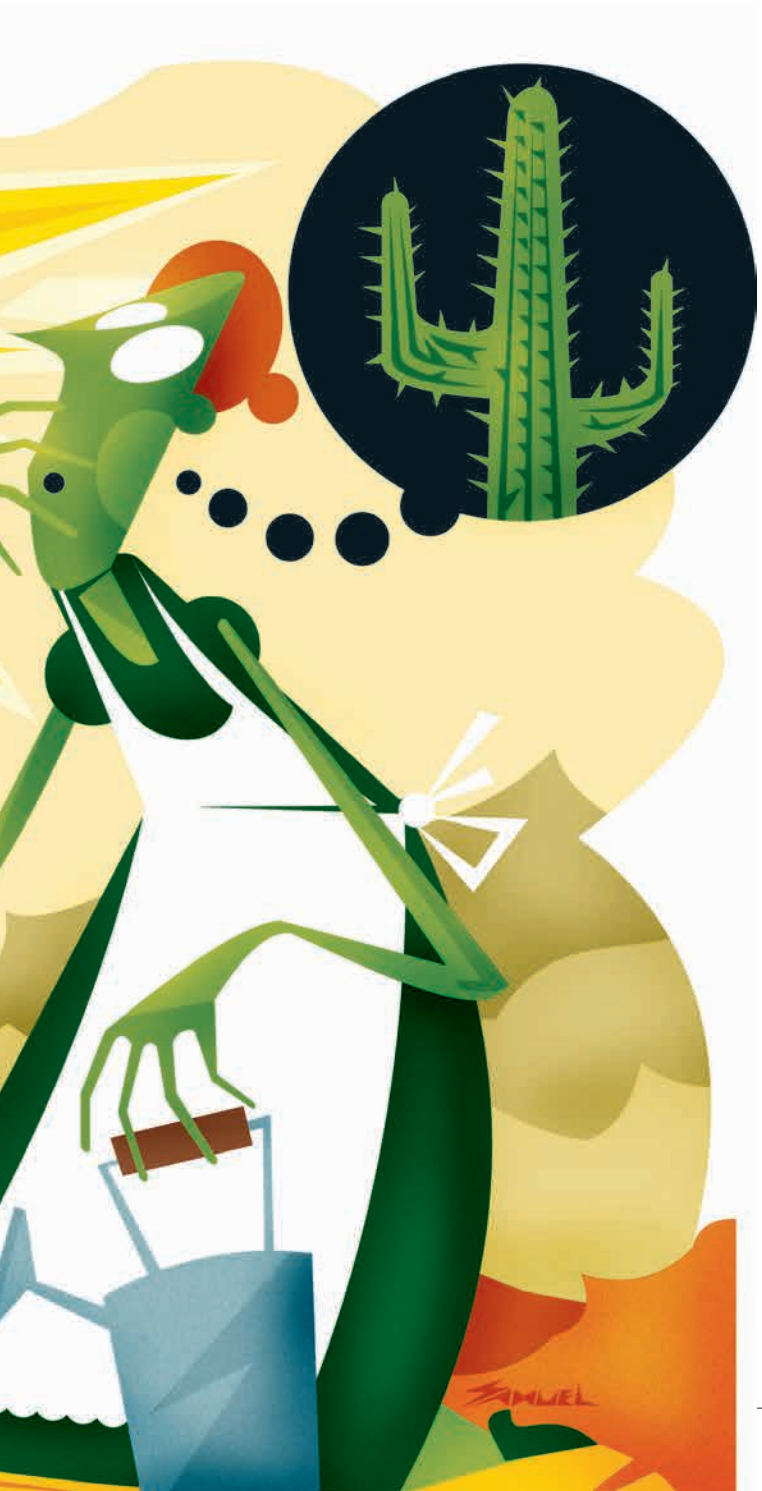
Uma das reportagens publicadas sobre o tema foi a resenha do livro *Designing and Creating a Mediterranean Garden*, apontado pelo jornal *The Observer* como um dos candidatos a hit do próximo verão, que começa em breve no Hemisfério Norte. A autora da obra, Freda Cox, sugere que, em conseqüência das alterações climáticas, a população da Grã-Bretanha comece a cultivar espécies mais adaptáveis a climas secos e quentes. O título é sugestivo: as oliveiras são as novas rosas inglesas.

O mesmo assunto voltou à tona em um caderno especial de 16 páginas no jornal *The Independent*, com diversos artigos sobre como transformar os jardins ingleses em paraísos mediterrâneos. Enfim, sobre o que plantar no século XXI, com tantas alterações no clima. Para arrematar, uma pesquisa divulgada no *The Guardian*, feita pela Sociedade Botânica das Ilhas Britânicas, alertou que plantas que tradicionalmente florescem na primavera estão



clima é manchete

ESPAÇO NA AGENDA POLÍTICA E INVADEM OS JARDINS DOS BRITÂNICOS



se "adiantando" e orquídeas antes encontradas apenas no sul já "migraram" para o norte atrás de clima mais ameno.

As reportagens foram publicadas após dois acontecimentos emblemáticos. Um deles é o fato de o inverno passado ter sido o mais seco dos últimos 100 anos em algumas partes do Reino Unido. O outro, o anúncio do primeiro racionamento de água em 15 anos por parte da Thames Water – maior companhia de abastecimento britânica.

A discussão mostra que, quando as conseqüências de problemas ambientais complexos, a exemplo do aquecimento global, são transportadas para o cotidiano das pessoas, os temas têm melhor receptividade e entendimento por parte da população. Ou, pelo menos, despertam maior interesse. Como as mudanças climáticas começam a influenciar o hobby que é verdadeira obsessão dos ingleses, eles querem saber cada vez mais sobre o assunto. A conseqüência está nas manchetes.

Diferentemente do que acontece no Brasil, onde a maior parte da comercialização dos jornais é feita por assinaturas, na Inglaterra o grosso das vendas ocorre nas bancas. As capas têm, dessa forma, influência decisiva na hora da compra. Apenas em março deste ano, problemas ambientais foram manchete cinco vezes no *The Independent*, e o aquecimento global foi eleito para duas. Em abril, o tema apareceu outras três vezes na primeira página, em cinco dedicadas ao meio ambiente no mês. *Global warming* vende jornal por lá.

Não são apenas os problemas que geram reportagens. Soluções também. Pipocam cadernos com textos sobre "o que você pode fazer para reduzir sua emissão de gases de efeito estufa" – 91% dos britânicos acham que



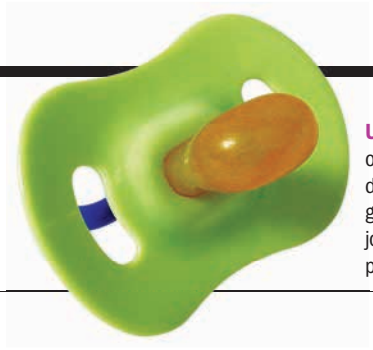
CONSULTORES DO GOVERNO DIZEM QUE ESTÁ NA HORA DE OS BRITÂNICOS INICIAREM UM CASO DE AMOR COM O "*FISH AND CHIPS* SUSTENTÁVEL"

as mudanças climáticas já estão acontecendo e querem fazer algo para contribuir com o planeta. A publicação de uma pesquisa sobre o impacto do uso de fraldas descartáveis e de pano sobre o meio ambiente, por exemplo, no ano passado, ganhou as capas dos jornais ingleses e provocou discussões por dias. Os cidadãos estão sendo estimulados pela mídia a não comprarem produtos que causem danos à natureza e que resultem em grande emissão de gases.

No início de maio, documento divulgado por um órgão consultor do governo para meio ambiente e sustentabilidade, o Sustainable Consumption Roundtable, ganhou ampla divulgação na mídia. O texto destacou que está na hora de os britânicos iniciarem um caso de amor com o "*fish and chips* sustentável", brigarem por escolas e hospitais com emissões neutras de carbono, por carros híbridos e televisões com menor consumo de energia, entre outros.

No Brasil, embora alguns avanços, os problemas ambientais não estão nas primeiras páginas. É verdade que a mídia tem dado mais espaço para temas como transgênicos, perda de biodiversidade, biopirataria e expansão desordenada do agronegócio. Há um esforço grande nesse sentido por parte dos veículos especializados, em especial na internet, mas a cobertura impressa não é sistemática.

Em geral, o grosso da comunicação ambiental continua atrelado a fatos episódicos, como enchentes, estiagens, queimadas, vazamentos de óleo, divulgação de relatórios, grandes conferências. Além disso, os temas estão distantes das discussões políticas, econômicas e sociais. E muito mais ainda do cotidiano das pessoas. Talvez por isso, os editores dos grandes veículos, no jargão jornalístico, não "comprem" as idéias de pauta relacionadas ao tema ambiental no dia-a-dia. E o assunto



UMA PESQUISA sobre o impacto do uso de fraldas de pano e descartáveis ganhou as capas dos jornais e mobilizou a opinião pública durante dias

"não venda". Nesse cenário, como emplacar reportagens sobre aquecimento global, o mais grave problema ambiental do século XXI? A resposta precisa vir logo.

O livro *Avoiding Dangerous Climate Change*, publicado este ano, reúne as previsões contidas em 70 estudos elaborados por cientistas do mundo inteiro e projeta alterações significativas no planeta em decorrência do acúmulo cada vez maior dos gases que agravam o efeito estufa. Eles prevêem que a temperatura global aumente entre 1,4 e 5,8 graus Celsius ao longo dos próximos 100 anos.

Para ter uma idéia da gravidade da advertência, se houver elevação de 2 graus Celsius na temperatura terrestre, teremos escassez de água potável, o que afetaria 3 bilhões de pessoas, metade da população do planeta, e aumento da desertificação, principalmente no Norte da África – com conseqüente deslocamento de milhares de pessoas para outras regiões. As previsões incluem, ainda, diminuição nas áreas de cultivo, perda de biodiversidade e redução da cobertura de gelo no Ártico.

A despeito da gravidade da situação, o tema não é tratado como merece pela imprensa brasileira. Mas isso não ocorre à toa. O aquecimento global possui algumas características específicas que dificultam a comunicação sobre o tema. Entre elas está a "invisibilidade" do problema, o fato de ser uma questão de longo prazo, a inexistência de freqüentes fatos novos a serem reportados e a própria complexidade científica do assunto, que muitas vezes precisa ser traduzido à população por repórteres que não são especializados. Além disso, é preciso dosar a linguagem para que o problema não pareça tão dramático a ponto de causar imobilidade.

A terra da rainha Elizabeth tem conseguido transpor essas barreiras. Talvez isso se deva, também, a outros dois pontos importantes. O primeiro é o fato de o assunto ter ganhado campo na área política. O tema é recorrente nas propostas dos principais candidatos à sucessão de Tony Blair no cargo de primeiro-ministro nas eleições de 2010. O trabalhista Gordon Brown e o conservador David Cameron duelam para ver quem melhor emplaca o "discurso verde".

Em abril, Cameron visitou as calotas de gelo do Ártico para ver de perto os efeitos do aquecimento global, enquanto Brown fez um discurso inflamado sobre o tema nas Nações Unidas, conclamando a levar os problemas causados pelas mudanças climáticas para o centro da pauta das políticas mundiais. Os dois fatos ganharam as capas de todos os jornais ingleses e a discussão está sendo acompanhada de perto pela mídia. No Brasil, às vésperas de uma eleição presidencial, o assunto está longe de achar uma brecha na pauta.

Lá, as alterações climáticas também não saem das editorias de economia. Há uma grande pressão, por exemplo, para que sejam barrados os planos de expansão de aeroportos e limitada a proliferação das companhias que vendem passagens baratas. O crescimento da aviação é o principal responsável pelo aumento rápido das emissões de dióxido de carbono. Atualmente, um quinto de toda a movimentação aérea mundial passa pelo Reino Unido e há planos para construção de uma terceira etapa no aeroporto de Heathrow e obras similares em Stansted, Birmingham, Edimburgo e Glasgow.

Ganhar as ruas ou influenciar o bolso e as urnas são bons motivos para pôr um assunto na pauta. Uma alternativa – pior – ocorre quando o tema é inevitável. Foi o que aconteceu quando o furacão Katrina deixou 80% da capital lendária do jazz, Nova Orleans, sob as águas. No Brasil, a seca registrada na Amazônia, em 2005, deveria ter sido aviso suficiente de que algo está fora de ordem na maior floresta tropical do planeta. Parece que não foi. Ou colocamos a questão de vez na pauta ou a natureza mandará novo recado. Melhor não pagar para ver.

**Gisele Teixeira é jornalista. Em 2005, como bolsista da Fundação Reuters, realizou pesquisa sobre mídia e mudanças climáticas.*

> Na sucessão de Tony Blair, o trabalhista Gordon Brown e o conservador David Cameron duelam para ver quem melhor emplaca o discurso verde