

**UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA “JÚLIO DE MESQUITA FILHO”
FACULDADE DE ARQUITETURA, ARTES, COMUNICAÇÃO E DESIGN (FAAC)
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO**

CAMILA CRUZ FRÓES BERBEL

**COMPETÊNCIAS EM INFORMAÇÃO E MUDIÁTICA PARA CULTURA DE
SUSTENTABILIDADE NAS ORGANIZAÇÕES: articulação de uma proposta
educativa para formação do público interno**

BAURU

2021

CAMILA CRUZ FRÓES BERBEL

**COMPETÊNCIAS EM INFORMAÇÃO E MUDIÁTICA PARA CULTURA DE
SUSTENTABILIDADE NAS ORGANIZAÇÕES: articulação de uma proposta
educativa para formação do público interno**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design da Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, campus de Bauru, como requisito para obtenção do título de Mestra em Comunicação, sob a orientação da Profa. Dra. Roseane Andrelo.

BAURU

2021

Berbel, Camila Cruz Fróes.

Competências em informação e midiática para cultura de sustentabilidade nas organizações: articulação de uma proposta educativa para formação do público interno / Camila Cruz Fróes Berbel, 2021
209 f. : il.

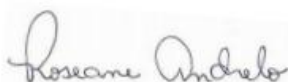
Orientadora: Roseane Andrelo

Dissertação (Mestrado)-Universidade Estadual Paulista. Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, Bauru, 2021

1. Comunicação educativa. 2. Competência em informação. 3. Competência midiática. 4. Cultura de sustentabilidade. 5. Objetivos de desenvolvimento sustentável. I. Universidade Estadual Paulista. Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design. II. Título.

ATA DA DEFESA PÚBLICA DA DISSERTAÇÃO DE Mestrado de CAMILA CRUZ FRÓES BERBEL, DISCENTE DO PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO, DA FACULDADE DE ARQUITETURA, ARTES, COMUNICAÇÃO E DESIGN - CÂMPUS DE BAURU.

Aos 26 dias do mês de novembro do ano de 2021, às 09:30 horas, no(a) via sistemas de videoconferência e outras ferramentas para comunicação a distância, realizou-se a defesa de DISSERTAÇÃO DE Mestrado de CAMILA CRUZ FRÓES BERBEL, intitulada **COMPETÊNCIAS EM INFORMAÇÃO E MÍDIÁTICA PARA CULTURA DE SUSTENTABILIDADE NAS ORGANIZAÇÕES: articulação de uma proposta educativa para formação do público interno**. A Comissão Examinadora foi constituída pelos seguintes membros: Professora Assistente Doutora ROSEANE ANDRELO (Orientador(a) - Participação Virtual) do(a) Departamento de Comunicação Social da Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design / Universidade Estadual Paulista, Professora Doutora MARIA EUGENIA POREM (Participação Virtual) do(a) Departamento de Comunicação Social da Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design / Universidade Estadual Paulista, Professor Associado RUDIMAR BALDISSERA (Participação Virtual) do(a) Comunicação / Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Após a exposição pela mestranda e arguição pelos membros da Comissão Examinadora que participaram do ato, de forma presencial e/ou virtual, a discente recebeu o conceito final: Aprovada. Nada mais havendo, foi lavrada a presente ata, que após lida e aprovada, foi assinada pelo(a) Presidente(a) da Comissão Examinadora.



Professora Assistente Doutora ROSEANE ANDRELO

Camila Cruz Fróes Berbel

Competências em informação e midiática para cultura de sustentabilidade nas organizações:
articulação de uma proposta educativa para formação do público interno.

Área de concentração: Comunicação midiática

Linha de pesquisa: III - Gestão e políticas da informação e da comunicação midiática

Banca Examinadora

Presidente / Orientadora Profa. Dra. Roseane Andrelo

Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” (UNESP)

Profa. Dra. Maria Eugênia Porém

Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” (UNESP)

Prof. Dr. Rudimar Baldissera

Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS)

Bauru, 26 de novembro de 2021.

AGRADECIMENTOS

Foi um caminho transformador concluir o mestrado em uma área do conhecimento que é tão diversa, envolvente e complexa. Transitar para a área da Comunicação foi um presente e um despertar, na tentativa de compreender o mundo, o tempo e as relações de uma outra maneira. Agradeço à UNESP, pela oportunidade de realizar essa pesquisa e mobilizar temas tão fundamentais para mim, que me permitiu aprender, evoluir e reconhecer ainda mais a importância da universidade pública para a sociedade. Iniciei esse caminho com o intuito de conduzir uma pesquisa empírica, capaz de interagir com pessoas e impactá-las de alguma forma, e pude fazer isso através de uma organização que aceitou participar desse processo. Agradeço a abertura, a confiança, receptividade e colaboração que viabilizaram a pesquisa.

Estendo meus agradecimentos aos encontros, possibilidades e pessoas que fazem parte desse percurso:

- À minha orientadora, profa. Roseane Andrelo, pelo exemplo e inspiração, pelo apoio e por acreditar na realização desta pesquisa. Obrigada por todo o seu tempo e conhecimento compartilhados, pela generosidade, pelas reflexões! Foi um presente dividir essa fase tão importante e transformadora com você;
- À profa. Raquel Cabral que com tanta ternura me acolheu como aluna especial na primeira disciplina que eu cursei no mestrado (Comunicação para Cultura de Paz) e despertou em mim grandes “vontades de pesquisa” que foram fundamentais em minhas escolhas;
- À profa. Maria Eugênia Porém, por me apresentar a área da Comunicação e mostrar sua diversidade e interfaces que foram essenciais para que eu pudesse construir relações significativas entre a minha pesquisa, minha formação acadêmica e atuação profissional. Também por todo seu entusiasmo, amizade e exemplo;
- Aos professores da FAAC e tantos outros que tive a oportunidade de ouvir e que enriqueceram minha formação; À disciplina ministrada pelo prof. Denis Renó, a primeira realizada em contexto de pandemia, que me proporcionou importantes reflexões de pesquisa e ofereceu a possibilidade de um mergulho intenso em mim mesma através da fotografia;
- À banca de qualificação desse trabalho, composta pela profa. Regina Belluzzo e profa. Maria Eugênia Porém, pelas contribuições tão precisas e generosas e pelo diálogo tão aberto e enriquecedor. Agradeço por fazerem parte desse momento tão importante do mestrado;
- À Rosana pela aproximação que possibilitou a contribuição na pesquisa. Obrigada pela abertura, oportunidade e pelas trocas que tivemos; Às responsáveis pelos departamentos de

comunicação e RH pela colaboração, disponibilidade e atenção para que a coleta de dados fosse possível; A todas as pessoas que aceitaram participar da pesquisa e deram feedbacks tão importantes, meu muito obrigada;

- Aos colegas de mestrado, pelos encontros, trocas, reflexões e pelos contatos mantidos diante do contexto de pandemia que foi tão desafiador para todos nós; À nossa querida colega Amanda Martins que, infelizmente, não pôde finalizar esta etapa conosco, vítima de COVID;
- À equipe da seção técnica de pós-graduação da FAAC pelo profissionalismo e diálogo sempre aberto e amistoso;
- À CAPES pela oportunidade de auxílio financeiro nos últimos 12 meses do mestrado que foi fundamental para dedicação exclusiva na fase final da pesquisa;
- Aos professores que gentilmente aceitaram participar da minha banca de defesa. Muito obrigada, prof. Rudimar Baldissera, pela leitura atenta e sensível e pelas considerações tão contributivas e profa. Magê, pelas provocações e apontamentos tão necessários. Foi uma honra poder ouvi-los sobre minha pesquisa e partilhar o encerramento desse ciclo com vocês.

Com muito carinho também agradeço à minha família, por todas as trocas e alegrias, todos os encontros e afetos, por me revigorar, fortalecer e ensinar, pela história que compartilhamos e por permanecermos sempre unidos. À minha mãe Cecília, pelo exemplo de vida, pelos ensinamentos, por toda dedicação e amor; ao meu irmão Vitor pela parceria, amizade e trocas tão significativas que construímos ao longo do tempo; ao meu avôhai pela inspiração e memória sempre presentes; ao meu parceiro de vida, Olavo, pelo caminho que trilhamos nessas (quase) duas décadas juntos, por todo amor e apoio incondicional, por sua leveza, bom humor e paciência; aos meus amigos queridos de longa data que estão sempre presentes, que tornam minha vida mais leve, mais divertida e com mais significado.

Encerro agradecendo as professoras, professores e amigos de boa parte da vida, todos que fizeram parte da primeira turma do curso de Tecnologia em Meio Ambiente e Recursos Hídricos da FATEC Jahu (2008), em especial meu querido orientador e amigo Kiko (Dr. José Carlos Toledo Veniziani Junior) que nos deixou neste ano (2021), vítima de COVID. Tornar-me tecnóloga foi uma construção que alicerçou minha visão de mundo na concepção ecológica da vida e agradeço todos vocês que fizeram (e fazem) parte disso.

A todas essas pessoas e tantas outras que a vida colocou em meu caminho, toda minha gratidão e afeto.

[...] toda uma catálise da retomada de confiança da humanidade em si mesma está para ser forjada passo a passo e, às vezes, a partir dos meios os mais minúsculos.

(Felix Guattari em “As três ecologias”)

BERBEL, Camila Cruz Fróes. **Competências em informação e midiática para cultura de sustentabilidade nas organizações**: articulação de uma proposta educativa para formação do público interno. 2021. 209f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design, Universidade Estadual Paulista, Bauru, 2021.

RESUMO

A comunicação, as organizações e a sustentabilidade constituem dimensões que assumem crescente protagonismo na sociedade atual, impondo desafios diversos que se inter-relacionam. Esta pesquisa tem como aspecto central os ambientes digitais como mediadores da realidade e espaços de circulação de sentidos e de conhecimento, onde o domínio das lógicas dos processos de comunicação e informação é fundamental ao pensamento crítico e à cidadania. O objetivo dessa pesquisa é refletir sobre as dimensões citadas, visando a construção de uma proposta educativa voltada ao público interno das organizações com foco em competências em informação e midiática para cultura de sustentabilidade. Esse direcionamento considera a inserção dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) nas organizações como possibilidade de articulação temática que pode contribuir com programas educacionais corporativos, considerando a formação do público interno como fundamental para a construção de novas práticas organizacionais. Trata-se de uma pesquisa teórico-empírica, articulada a partir de uma perspectiva exploratória que tem como estratégia metodológica o estudo de caso único incorporado com unidades múltiplas de análise, cujo objetivo foi compreender a percepção da organização estudada sobre a sustentabilidade na perspectiva da gestão organizacional e do público interno. Para coleta de dados utilizou-se pesquisa documental, entrevistas em profundidade e um questionário *online*. Este último foi utilizado não apenas como instrumento para coleta de dados, mas também como proposta educativa com foco na articulação de competências (em informação, midiática e para a sustentabilidade). A organização selecionada para o estudo de caso é uma empresa de grande porte do setor de serviços que atua intensivamente com informação e comunicação. Os resultados da pesquisa sugerem que a proposta educativa elaborada representa uma metodologia relevante para a formação do público interno, pois possibilita a articulação de temas de interesse social e pode contribuir com o desenvolvimento de pessoas e organizações, constituindo-se como uma proposta que pode favorecer a sensibilização, a aprendizagem, a mudança cultural e a inserção dos ODS no ambiente organizacional.

Palavras-chave: Comunicação educativa. Competência em informação. Competência midiática. Cultura de sustentabilidade. Objetivos de Desenvolvimento Sustentável.

BERBEL, Camila Cruz Fróes. **Information and media competence for the culture of sustainability**: articulation of an educative proposal for the internal stakeholders. 2021. 209f. Communication Master Thesis - Faculty of Architecture, Arts, Communication and Design, Universidade Estadual Paulista, Bauru, 2021.

ABSTRACT

Communication, organizations and sustainability are dimensions that assume a growing role in today's society, imposing various interrelated challenges. This research has as its central aspect the digital environments as mediators of reality and spaces for the circulation of meanings and knowledge, where the domain of the logics of communication and information process is fundamental to critical thinking and citizenship. The objective of this research is to reflect about the dimensions mentioned, aiming to build an educative proposal oriented for the internal stakeholders of organizations and focused on information and media competence for the culture of sustainability. This direction considers the insertion of the Sustainable Development Goals (SDG) in organizations as a possibility of thematic articulation that can contribute with corporate education programs considering the internal stakeholder's training as fundamental for the construction of new organizational practices. This is a theoretical empirical research, articulated from an exploratory perspective, which has as a methodological strategy the single case study with multiple units of analysis, whose objective was to understand the selected organization's perception of sustainability from the perspective of the organizational management and the internal stakeholders. For data collection were used documentary research, in-depth interviews and an online questionnaire. This last one was used not only as an instrument for data collection, but also as an educative proposal focused on the articulation of competences (information, media and sustainability). The organization selected for the case study is a large company in the service sector that works intensively with information and communication. The research results suggest that the educative proposal developed presents itself as a relevant methodology for the internal stakeholders training, as it allows the articulation of themes of social interest that it can contribute to the development of people and organizations, also constituting a proposal that can facilitate awareness, learning, cultural change and the SDG insertion in the organizational environment.

Keywords: Educative communication. Information competence. Media competence. Culture of sustainability. Sustainable Development Goals.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

FIGURAS

Figura 1. Sebastião Salgado na obra Gênesis: O Lado Oriental de Brooks Range	22
Figura 2. Os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável	57
Figura 3. Convite para a pesquisa	135
Figura 4. Notícias sobre o rompimento da Barragem de Brumadinho	157
Figura 5. Comunicação institucional no Twitter e no site da empresa Vale	158

GRÁFICOS

Gráfico 1. Proporção de participantes da pesquisa	139
Gráfico 2. Faixa etária	140
Gráfico 3. Formação escolar	141
Gráfico 4. Tempo de atuação na organização	142
Gráfico 5. Incidência das proposições sobre sustentabilidade com base na Agenda 2030	145
Gráfico 6. Atribuição de valor para relevância de temas ambientais	146
Gráfico 7. Percepção ambiental diante o cenário social	147
Gráfico 8. Percepção sobre a construção de posturas de sustentabilidade pelas empresas	149
Gráfico 9. Relação entre sustentabilidade, educação corporativa e desenvolvimento pessoal	150
Gráfico 10. Relevância para proposições sobre necessidade informacional	152
Gráfico 11. Preferência de fontes de acesso à informação	153
Gráfico 12. Critérios utilizados para avaliar a informação	155
Gráfico 13. Preferências relacionadas ao uso da informação	156
Gráfico 14. Percepção sobre o uso ético da informação	159
Gráfico 15. Percepção das mensagens audiovisuais	162
Gráfico 16. Meios utilizados para compartilhamento	163
Gráfico 17. Análise crítica das mensagens audiovisuais	165
Gráfico 18. Reação expressa sobre a Imagem 1	167
Gráfico 19. Reação expressa sobre a Imagem 2	169
Gráfico 20. Reação expressa sobre a Imagem 3	171

Gráfico 21. Reação expressa sobre a Imagem 4	172
Gráfico 22. Comportamentos em relação ao uso das imagens	174
Gráfico 23. Percepção dos participantes sobre a pesquisa	176

QUADROS

Quadro 1. Características da internet	82
Quadro 2. Desafios da relação comunicação e educação	96
Quadro 3. Dimensões e indicadores da competência midiática	101
Quadro 4. Information Literacy: concepções e objetivos	104
Quadro 5. Modelo de literacia digital	107
Quadro 6. Características das competências comunicacional, informacional, digital e midiática	108
Quadro 7. Articulação para os ODS: objetivos e propostas de aprendizagem	115
Quadro 8. Inter-relação entre competências para sustentabilidade, informacional e midiática	116
Quadro 9. Estratégia metodológica baseada na articulação de competências	138
Quadro 10. Seleção de proposições sobre sustentabilidade com base na Agenda 2030	144
Quadro 11. Comentários dos participantes sobre o questionário	176

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	14
2 AFLUENTES CONTEXTUAIS NA PAISAGEM COMUNICACIONAL: CONFLUÊNCIA DE VISÕES E DE SABERES	22
2.1 Interesses sociais e organizacionais: violências, externalidades e o contexto socioambiental no mundo globalizado.....	27
2.2 Visada verde: promessa, impasse, emergência e absurdo.....	38
2.3 A instrumentalização da sustentabilidade nas organizações e o contexto atual da Agenda 2030 e dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS).....	52
2.4 Como a comunicação pode viabilizar a construção de culturas de sustentabilidade nas organizações?.....	67
3 DESAFIOS ORGANIZACIONAIS NA SOCIEDADE CONECTADA: TECENDO APROXIMAÇÕES ENTRE COMUNICAÇÃO, INFORMAÇÃO, APRENDIZAGEM E SUSTENTABILIDADE	78
3.1 Redes digitais como espaços de conhecimento e de circulação de sentidos.....	87
3.2 Encontro de competências para a sustentabilidade: um olhar para a formação do público interno	108
4 O ESTUDO DE CASO ÚNICO COMO ESTRATÉGIA METODOLÓGICA	120
4.1 Objetivos da pesquisa.....	123
4.2 Unidades de análise.....	123
4.3 Universo da pesquisa.....	124
5 A PERCEPÇÃO DA ORGANIZAÇÃO SOBRE SUSTENTABILIDADE	126
5.1 Identificando a organização pesquisada.....	126
5.2 A perspectiva da gestão organizacional.....	128
5.3 A perspectiva do público interno.....	134
5.4 A proposta educativa.....	136
5.4.1 Apresentação da pesquisa.....	139
5.4.2 Perfil dos participantes.....	140
5.4.3 Percepção sobre sustentabilidade.....	143
5.4.4 Competência em informação para a sustentabilidade.....	151
5.4.5 Competência midiática para a sustentabilidade.....	161
5.4.6 A sensibilização como estratégia.....	175

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	178
<i>REFERÊNCIAS.....</i>	<i>182</i>
<i>APÊNDICE A.....</i>	<i>191</i>
<i>APÊNDICE B.....</i>	<i>192</i>
<i>ANEXO A – Comentários dos participantes sobre a pesquisa.....</i>	<i>209</i>

1 INTRODUÇÃO

Vivemos um tempo marcado por uma revolução digital onde máquinas e dispositivos computacionais, em consonância com a evolução das telecomunicações em âmbito global, têm transformado as sociedades de várias maneiras. Essa mudança tecnológica anulou as distâncias na configuração de um mundo virtual onde os diversos processos comunicacionais conectam milhões de pessoas e as mais variadas formas de expressão se transformam digitalmente. Essa interação, possibilitada pelo espaço comunicacional digital, atravessa o tecido social em todas as dimensões, como explica Pierre Lévy:

Mídias híbridas e mutantes proliferam sob o efeito da virtualização da informação, do progresso de interfaces, do aumento das potências de cálculo e das taxas de transmissão. Cada dispositivo de comunicação diz respeito a uma análise pormenorizada, que por sua vez remete à necessidade de uma teoria da comunicação renovada, ou ao menos à uma cartografia fina dos modos de comunicação. O estabelecimento dessa cartografia torna-se ainda mais urgente, já que as questões políticas, culturais, econômicas, sociais, educativas e até mesmo epistemológicas do nosso tempo são, cada vez mais, condicionadas a configurações de comunicação (LÉVY, 1999, p. 82).

A comunicação está no centro das discussões em contexto global na medida que se estabelece como elemento estruturante na organização da sociedade, operando ao nível das lógicas internas de funcionamento do sistema social (LOPES, 2004), onde a evolução dos sistemas de comunicação teleinformáticos favoreceu o processo de globalização (SANTAELLA, 2001) e a modernização da mídia e das redes de internet transformou a paisagem global em uma sociedade predominantemente conectada (KUNSCH, 2009). As mudanças provocadas pela aceleração comunicacional na sociedade contemporânea também acionam novas formas comunicativas e solicitam o comportamento de aprender a aprender, descortinando muitas possibilidades de entendimento sobre as relações entre comunicação e aprendizagem, inclusive no que se refere à inserção dos meios de comunicação na sociedade (BRAGA, 2001).

O avanço da internet e das Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs) pode ser visto como uma base de mudança social e cultural onde a comunicação protagoniza diversas transformações na maneira como os indivíduos se expressam e se relacionam, no modo como enxergam a si mesmos e aos outros, como interpretam o mundo e as relações sociais, sendo que tais processos refletem conflitos que estão enraizados na estrutura contraditória de interesses e valores da sociedade (CASTELLS, 1999).

A comunicação em ambiente digital apresenta acelerado progresso nas sociedades, ainda que de modos muito desiguais, alterando não apenas as relações sociais, mas também as relações com o saber. O ciberespaço representa a configuração de um espaço marcado pelo desenvolvimento de uma infraestrutura digital que possibilita a convergência de multimídias e multimodalidades, ampliando a capacidade de produção, distribuição e circulação da informação, onde a capacidade cognitiva para usar as redes e criar significados a partir das interações simbólicas das múltiplas linguagens favorece novas formas de aprendizagem e também incita a mobilização de competências dos sujeitos diante da ampliação das possibilidades de leitura e de produção de conteúdo (LÉVY, 1999).

Considerando a centralidade da informação e dos meios de comunicação no mundo atual, as TICs devem ser encaradas não apenas como ferramentas ou suporte do processo de aprendizagem, mas também como possibilidade de desenvolvimento crítico dos sujeitos. A relação entre comunicação e aprendizagem em ambiente digital provoca transformações substanciais que suscitam novas competências dos indivíduos, necessárias ao pensamento crítico, à cidadania e ao aprendizado ao longo da vida de modo que nesse espaço comunicacional, que é também espaço de compartilhamento de significados e de culturas, o domínio das lógicas dos processos de comunicação e informação é fundamental (BEVÓRT; BELLONI, 2009; CITELLI, 2010; BELLUZZO, 2018).

Neste contexto, a competência comunicativa figura como um processo que interliga habilidades individuais e práticas sociais, refletindo a convergência entre as competências comunicacional, informacional, digital e midiática (ANDRELO, 2016). Entende-se que as perspectivas de interface entre comunicação, informação e educação (mídia-educação, leitura crítica dos meios, *media literacy*, *information literacy*, alfabetização midiática e informacional (AMI), competência em informação e midiática, literacia digital, literacia informacional e midiática, entre outras) são perspectivas¹ que coexistem no fenômeno comunicacional e projetam seus desafios e potencialidades na sociedade, na cultura e em outros âmbitos da vida.

Isso também implica refletir sobre os desafios diversos que incidem no contexto das organizações, compreendidas como fenômenos de ordem coletiva inscritos no domínio da sociedade (SROUR, 2012), onde as interações possibilitadas pelo ambiente digital repercutem

¹ As abordagens citadas possuem enfoques distintos que são discutidos no tópico 3.1 (Redes digitais como espaços de conhecimento e de circulação de sentidos). Neste trabalho, optou-se por utilizar o termo competências em informação e midiática, considerando que a elaboração da proposta educativa tem como base a articulação de competências para a cultura de sustentabilidade. Entende-se que a palavra competência implica mobilização de saberes e que essa terminologia é mais adequada aos objetivos do trabalho no contexto da formação do público interno.

diretamente em seus processos e em suas dinâmicas, sobretudo na forma como aprendem e como dialogam com seus públicos de interesse. É essencial que as organizações reconheçam o multiprotagonismo dos seus públicos e o papel de mídia que estes podem assumir, tendo em vista que esse espaço comunicacional não ampliou somente as possibilidades de aprendizagem e interação, mas também a circulação de sentidos e a construção coletiva de significados sobre as organizações.

Além disso, compreende-se que o desenvolvimento de competências configura um processo central na sociedade e também nas organizações, uma vez que as pessoas constituem o principal ativo de uma organização e o público interno possui caráter estratégico para que os objetivos organizacionais sejam alcançados (ANDRELO, 2012). Esse aspecto revela a importância de se investir em Educação Corporativa (EC), onde as práticas de treinamento e desenvolvimento (T&D) passam a representar fator de sucesso empresarial e de vantagem competitiva (EBOLI, 2004). Os programas educacionais para capacitação e desenvolvimento propiciam ganhos organizacionais em termos de qualidade e eficiência sendo igualmente importantes para o público interno em função do reconhecimento e valorização do seu capital intelectual, oportunizando o desenvolvimento pessoal e profissional (SROUR, 2012).

Outro ponto relevante para considerar as organizações como espaço de observação parte da premissa de que elas constituem uma esfera de enorme representatividade na sociedade e que estão cada vez mais associadas à capacidade de empreender processos de mudança. Considerar tal aspecto torna-se ainda mais relevante em um cenário que convoca posturas responsáveis das organizações frente os desafios sociais, ambientais e de governança a que estão sujeitas. A autora Kunsch (2009, p. 63) argumenta que nesse processo as organizações “passaram a assumir mais poderes e ao mesmo tempo são chamadas a exercer novos papéis, sobretudo em relação à responsabilidade social e à sustentabilidade” de modo que as organizações são chamadas a repensar sua missão, visão e valores para além dos aspectos econômicos que as orientam, incorporando também as ideias de capital natural e social e o princípio da ética.

Destaca-se que, neste trabalho, a sustentabilidade é vista como uma mudança paradigmática necessária na sociedade global (LEFF, 2011) onde a relevância das organizações é central no que diz respeito às externalidades geradas no contexto dos modos de produção atuais, mas também no processos de mudança e construção de novas práticas capazes de orientar novos sentidos e direções para um agir organizacional responsável que considera as demandas e conflitos emergentes da sociedade (KUNSCH, 2009; BALDISSERA, 2009b; BUENO, 2012). Mais do que uma utopia, a sustentabilidade cada vez mais é vista

como fundamental, para as sociedades e para as organizações, e implica a necessidade de buscar formas de construir significados que transmitam sentidos de urgência e de mudança para além das lógicas do mercado (LEFF, 2011).

Uma das formas de olhar para esse desafio está no campo da comunicação, compreendida como mediadora do processo de produção de sentidos, de construção de consciência dos sujeitos, da cultura organizacional e da própria realidade social. Isso pressupõe considerar o papel da comunicação dentro do universo simbólico da cultura onde a produção e apropriação dos sentidos refletem a potencialidade de construir contextos que busquem a promoção de compromissos e a sensibilização dos públicos para a mudança cultural (NOS ALDÁS, 2010), a partir de uma visão da comunicação como processo responsável por sustentar visões de mundo e também por transformá-las (BALDISSERA, 2009a).

Diante disso, considera-se que comunicação interna² desempenha importante participação nos processos educativos, os quais apresentam novos contornos diante das TICs e do ambiente digital enquanto mediador das relações de trabalho, revelando necessidades de desenvolvimento no nível do indivíduo e da organização para lidar com as mudanças sociais e culturais, onde adquirir competências (em informação, midiática e para a sustentabilidade) torna-se pressuposto para o desempenho organizacional. Ao aproximar as organizações das demandas da sociedade, considera-se que a educação ocupa papel central e tanto a comunicação interna (KUNSCH, 2009) como a educação corporativa (EBOLI; MANCINI, 2012) despontam como estratégias fundamentais para desenvolver culturas organizacionais pautadas na responsabilidade social e na sustentabilidade.

Essas reflexões iniciais sugerem que as interações simbólicas, as mediações em contexto digital e as outras formas de aprender repercutem nas organizações e encontram na formação do público interno um processo que possibilita tanto o desenvolvimento de competências diversas como também a articulação de temas de interesse social. Para refletir sobre como elas podem contribuir com as mudanças solicitadas pela sociedade é importante considerar a necessidade de uma atuação voltada para o desenvolvimento de pessoas, capaz de fomentar novas formas de pensar, dialogar e agir, alinhadas às necessidades da organização e também aos problemas globais e às demandas sociais (MARCHIORI, 2010).

² Reconhece-se que a comunicação interna não se restringe à dimensão interna das organizações, principalmente quando se considera as relações desterritorializadas de trabalho e que a circulação de sentidos sobre as organizações é ampliada no contexto das interações em ambiente digital. Optou-se pela utilização do termo comunicação interna tendo em vista o conjunto de ações que a constitui e a sua contribuição no processo de construção da cultura organizacional.

Esse olhar conduz esta pesquisa, apoiado no paradigma relacional da comunicação, o qual entende as organizações como espaços de diálogo, interação, conhecimento e de construção de sentidos (OLIVEIRA, 2003). Compreende-se que o paradigma relacional situa a comunicação enquanto “processo de produção e compartilhamento de sentidos entre sujeitos interlocutores, realizado através de uma materialidade simbólica (da produção de discursos) e inserido em determinado contexto sobre o qual atua e do qual recebe os reflexos” (FRANÇA, 2001, p. 14) onde a cultura organizacional pode ser representada como um processo de tessitura entre os sujeitos (BALDISSERA, 2009a) que constroem e negociam significados de modo permanente (MARCHIORI, 2010).

A partir desse direcionamento e das associações entre comunicação e educação em contexto digital, esta pesquisa tem a preocupação de responder as seguintes questões: a) Como desenvolver processos de comunicação e aprendizagem voltados ao público interno com foco na promoção de culturas de sustentabilidade nas organizações? b) No que se refere às competências em informação e midiática, quais saberes, parâmetros e diretrizes podem ser articulados para que esses processos se desenvolvam?

Diante deste problema torna-se importante pensar o lugar da comunicação e seu papel educativo, considerando as implicações do desenvolvimento das TICs nas relações de aprendizagem, tendo em vista o contexto das organizações e da educação do público interno, a aprendizagem ao longo da vida e o desenvolvimento de competências em informação e midiática enquanto processos que dialogam com temas de interesse social, como no que se refere à construção de culturas de sustentabilidade e à inserção e consolidação dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) nas organizações.

O objetivo geral da pesquisa é analisar como o desenvolvimento de competências em informação e midiática pode contribuir para a construção de culturas de sustentabilidade nas organizações. O trabalho se caracteriza como uma pesquisa teórico-empírica, articulado a partir de uma perspectiva exploratória que tem como estratégia metodológica o estudo de caso único incorporado com unidades múltiplas de análise.

Para viabilizar a investigação proposta foram definidos critérios para escolha de uma organização para compor o estudo de caso, sendo eles: 1) possuir departamento de comunicação; 2) possuir programas de educação corporativa; 3) não possuir posição estratégica definida no que se refere à sustentabilidade. Uma pesquisa documental também foi conduzida através de sites institucionais, redes sociais e mídias eletrônicas para definição da organização. Após essa etapa realizou-se uma pesquisa preliminar como pré-teste para verificar o atendimento aos critérios estabelecidos e testar a metodologia do estudo referente à

aplicação do questionário com o objetivo de identificar falhas e aprimorar sua forma, como postula Marconi e Lakatos (2003).

O estudo de caso foi conduzido em uma organização de grande porte que possui aproximadamente 12 mil funcionários em seu quadro e atua no segmento de *call center* onde comunicação e informação figuram como elementos centrais das atividades realizadas. Foram estabelecidos dois objetivos específicos para a investigação pretendida: a) avaliar a percepção da organização sobre sustentabilidade; b) elaborar uma proposta educativa voltada ao público interno com base na articulação de competências, tendo em vista a inserção dos ODS nas organizações.

Para avaliar a percepção da organização delimitou-se as seguintes unidades de análise:

1) A gestão da empresa, representada pelos departamentos de comunicação e de recursos humanos: através desta unidade buscou-se analisar a percepção da gestão sobre o tema da sustentabilidade, considerando os desafios e oportunidades que ela representa para a empresa e o papel da comunicação interna e da educação corporativa para a construção de novas práticas organizacionais. Para analisar essa unidade utilizou-se como instrumento de coleta de dados as entrevistas em profundidade e a interpretação das mesmas foi realizada através da análise de conteúdo.

2) O público interno, representado pelos empregados da empresa: através desta unidade buscou-se analisar a percepção do público interno sobre a sustentabilidade, considerando a importância de se conhecer os entendimentos prévios dos sujeitos sobre os sentidos atribuídos ao tema e a possibilidade de sensibilização através de processos de comunicação e aprendizagem em contexto digital. Para coleta de dados utilizou-se um questionário *online*, articulado com base em competências (competência em informação, competência midiática, competência para a sustentabilidade).

É importante ressaltar que o questionário foi construído à luz da fundamentação teórica e que ele não consiste apenas em um instrumento para coleta de dados. Antes disso, o questionário foi concebido como uma proposta educativa e de sensibilização para o tema da sustentabilidade e como possibilidade de intervenção junto ao público interno visando o segundo objetivo específico estabelecido.

Acredita-se que as organizações podem contribuir para disseminação de conhecimento através de programas internos de desenvolvimento e que a inserção dos ODS pode oferecer possibilidades para o desempenho organizacional e para a promoção de mudanças culturais e estratégicas. Adicionalmente, a perspectiva de desenvolvimento de

competências em informação e midiática pode contribuir com programas educativos com foco na formação do público interno possibilitando relacionar temas diversos de interesse das organizações. Um desses temas é a sustentabilidade, que representa relevância estratégica para os negócios e para a sociedade de modo mais amplo. Acredita-se ainda que a interlocução entre competências pode viabilizar programas educacionais corporativos com foco na cultura de sustentabilidade, na reflexão crítica da informação, da mídia e de seus produtos simbólicos, contribuindo para promoção da cidadania e para o desenvolvimento de pessoas e organizações.

Para relacionar essas ideias aos objetivos da pesquisa, a segunda seção deste trabalho articula os temas comunicação, organizações e sustentabilidade com foco nos seguintes direcionamentos: a) os cenários de externalidades e violências decorrentes do comportamento organizacional e a emergência de mudanças estruturais e simbólicas capazes de redefinir as relações entre ser humano, organizações e natureza; b) a polissemia do conceito de sustentabilidade frente a necessidade de buscar formas de construir significados que transmitam sentidos de urgência e sensibilizem os públicos para a mudança; c) a instrumentalização da sustentabilidade nas organizações e contexto atual da Agenda 2030 e dos ODS, refletindo sobre a possibilidade de construção de culturas que priorizem um novo tipo de racionalidade capaz de gerar novas percepções e condutas alinhadas às preocupações e aos desafios do mundo.

Considerando que a sustentabilidade é um elemento articulador deste trabalho torna-se fundamental posicioná-la no debate. Assim, busca-se refletir sobre sustentabilidade enquanto relação com o meio a partir de autores que defendem uma mudança de paradigma como condição para uma transição de pensamento e ação no mundo que não é apenas necessária, como também urgente. No entanto, é importante considerar que tal perspectiva já vem sendo considerada há tempos como urgente e, nesse sentido, não se pretende adotar uma visão alarmista e desesperada sobre a questão da sustentabilidade, mas sim qualificá-la como um debate que se encontra em movimento, que tem ocupado cada vez mais espaço no âmbito da opinião pública, mas que vislumbra seus limites nos contornos do sistema capitalista onde as organizações expressam seus propósitos.

A segunda seção termina com uma discussão sobre o papel da comunicação na construção de culturas de sustentabilidade nas organizações que encontra na cultura organizacional e na comunicação com seu público interno a possibilidade de criar vias de transição, onde o estímulo às novas formas de pensar pode fomentar novas formas de agir nesses ambientes.

A terceira seção problematiza estas ideias sob a perspectiva da comunicação em ambiente digital onde a circulação de sentidos e os processos interacionais, mediados pela tecnologia, propiciam novas formas de aprender. Isso implica desafios diversos para a sociedade e para as organizações na comunicação com seus públicos, em especial o público interno que é responsável pelo desempenho organizacional. Busca-se refletir sobre os desafios organizacionais na sociedade conectada discutindo aproximações entre comunicação, informação, aprendizagem e sustentabilidade, considerando as interconexões possíveis entre esses temas e refletindo sobre o que isso significa para o contexto das organizações.

Também são tratadas as relações entre comunicação e educação em contexto digital que implicam o desenvolvimento de competências diversas, entre elas a competência em informação e midiática, consideradas como fundamentais ao pensamento crítico, à cidadania e à sustentabilidade. Por fim, faz-se uma ponte sobre como esse cenário pode ser problematizado a partir das necessidades de formação do público interno, tendo em vista que as pessoas são essenciais para o desempenho organizacional e que os processos de comunicação e aprendizagem podem representar possibilidades para o desenvolvimento de pessoas e organizações na promoção da cultura da sustentabilidade.

A quarta seção apresenta a estratégia metodológica do estudo de caso, refletindo sobre a estrutura, objetivos, unidades de análise e o universo da pesquisa, onde se discute o percurso para definição da organização enquanto estudo de caso.

A quinta seção analisa a percepção da organização sobre sustentabilidade. Para isso, inicia-se a discussão identificando a organização que constitui o estudo de caso, seguindo para a análise da perspectiva da gestão da organização, realizada por meio das entrevistas em profundidade, e a perspectiva do público interno, realizada à luz do questionário aplicado como proposta educativa e de sensibilização.

A sexta seção apresenta as considerações finais do estudo a partir dos objetivos traçados, dos resultados obtidos e da perspectiva exploratória adotada. Busca-se retomar o questionamento formulado sobre como desenvolver processos de comunicação e aprendizagem voltados ao público interno para a promoção de culturas de sustentabilidade. Também são apresentadas algumas reflexões sobre as limitações e possibilidades da pesquisa considerando o potencial articulador da proposta educativa elaborada e a diversidade de temas que podem ser explorados através dela.

2 AFLUENTES CONTEXTUAIS NA PAISAGEM COMUNICACIONAL: CONFLUÊNCIA DE VISÕES E DE SABERES

A paisagem da Terra é marcada pela existência de uma imensa rede hídrica, composta por nascentes, rios, lagos e mares, que conecta todas as porções de terra do planeta. As águas dos rios fluem para os oceanos, os processos de evaporação provocam o retorno da água em forma de chuva nos continentes alimentando os aquíferos e os corpos d'água, os diversos tipos de vegetação desempenham um papel fundamental na regulação dessas movimentações e todo esse sistema compõe uma teia complexa de relações e interações que não está apenas relacionada aos processos de precipitação, mas à regulação climática de modo mais amplo. A água atravessa territórios (Figura 1), sustenta a vida e está associada às dimensões ecológica, social, cultural, econômica e outras.

Figura 1. Sebastião Salgado na obra *Gênesis: O Lado Oriental de Brooks Range*



Fonte: Revista *Prosa Verso e Arte*, 2015. Fotografia: *O Lado Oriental de Brooks Range*, Arctic National Wildlife Refuge, Alasca, EUA, 2009.

Afluentes são cursos d'água que convergem para um rio principal dentro de um sistema conhecido pelo modelo representacional das bacias hidrográficas. Sua arquitetura, semelhante ao sistema circulatório do corpo humano, embora possua contornos que indiquem

sua delimitação (divisor de águas), compõe sistemas abertos que se comunicam continuamente com outros sistemas (SILVA, BERBEL, QUINCOSES, 2019).

A paisagem interage de modo permanente com os seres que nela habitam, desenvolvendo sentidos e relações diversas que são afetadas por uma dimensão simbólica que atravessa o espaço e a vida em sociedade. Milton Santos (2000) nos ajuda a refletir sobre isso quando defende que o espaço se constitui, para além da ideia de território, como importante objeto de estudo onde atuam forças políticas, econômicas e sociais e onde se constroem as narrativas sociais.

Ao utilizar a bacia hidrográfica como inspiração metafórica entende-se que a paisagem comunicacional pode ser compreendida como uma rede hídrica e os afluentes que a compõe representam contextos que carregam sentidos no seu percurso em direção ao rio principal, onde outros afluentes também irão convergir, produzindo assim significados diversos, fruto das interações nesse sistema. Tal como a água, a comunicação representa fluxo, movimento, encontro, conexão, confluência, onde os sentidos são produzidos a partir das relações, das interações, dos contatos que são atravessados por questões de ordem social, ecológica, cultural, econômica, política, tecnológica e suas perspectivas e saberes são diversos, plurais, heterogêneos, multifacetados.

Essa visada procura superar a ideia de valor instrumental da comunicação, direcionando seu sentido para uma ideia ecocêntrica de rede. A rede é também uma metáfora central da ecologia, o que inclui uma mudança nas hierarquias e na organização social e que proporciona refletir sobre a interação dos seres vivos e não vivos a partir de uma perspectiva de afetação mútua onde se estabelecem relações não-lineares. Para além das lógicas de causa e efeito, essa abordagem considera múltiplas causalidades que se circunscrevem nos fenômenos do mundo e que não podem ser dissociadas. Sua concepção reflete a busca pelo entendimento dos padrões de organização da vida, onde incidem estruturas e processos que se combinam e produzem relações e sentidos (CAPRA, 1996).

Complementando a perspectiva de Capra, Baldissera (2009b, p. 41) comenta que “a sociedade atualiza-se como rede e tem a comunicação como seu processo central, isto é, tem na comunicação a própria possibilidade de existência, permanência e transformação” sendo que nesse acontecimento reside a possibilidade de circulação dos sentidos que, através das relações e tensionamentos, podem ser apropriados pelos sujeitos para construção de valores socioculturais que vão estruturar a própria sociedade.

Pensar a metáfora da rede, tanto no campo da comunicação como no campo da sustentabilidade, parece também representar um ponto de convergência não apenas metafórico,

mas paradigmático, no qual a ideia de relação e interação é marcada por múltiplas afetações entre os sujeitos que se comunicam, criam significados e que são transformados pela rede de sentidos que circulam e que podem materializar-se em valores e práticas socioculturais.

Tendo como ponto de vista a paisagem comunicacional, o presente trabalho busca refletir sobre dois afluentes contextuais (sustentabilidade e organizações), considerando a especificidade do objeto da comunicação segundo Vera França. A autora explica que os objetos de conhecimento “não equivalem às coisas do mundo, mas são antes formas de conhecê-las; são perspectivas de leitura, são construções do próprio conhecimento” e afirma ainda que a especificidade do objeto da comunicação “vem do olhar, ou do viés, que permite vê-las e analisá-las enquanto comunicação, isto é, na sua natureza comunicativa” (FRANÇA, 2001, p. 5).

Para discutir sobre o contexto da sustentabilidade é válido destacar o que afirma Baldissera (2009b, p. 33): “a comunicação, como processo de construção e disputa de sentidos, é lugar e possibilidade de a sociedade desorganizar-se/reorganizar-se/transformar-se em direção à sua própria sustentabilidade complexa”, onde a noção do termo sustentabilidade torna-se central em função da apropriação de seus sentidos pelos sujeitos. Busca-se assim discutir o tema na perspectiva do discurso, tendo em vista os reflexos das disputas de significado travadas ao longo do tempo e como as organizações se apropriaram da ideia sobre sustentabilidade e passaram a internalizá-la em suas práticas.

Sobre o contexto das organizações entende-se que estas constituem espaços de cultura onde a construção da realidade organizacional acontece através da comunicação e os sentidos são negociados através de processos de interação entre as pessoas. Assim, tem-se a comunicação como produtora das organizações e como lente que possibilita observar, compreender e analisar a realidade organizacional (PUTNAM; PHILLIPS; CHAPMAN, 2004).

Baldissera (2009b) colabora com esse entendimento refletindo que o ambiente organizacional constitui-se como um espaço de interações sociais e de produção de sentidos que encontra na comunicação sua possibilidade simbólica e material de realização. Além de fenômeno social, as organizações podem também ser pensadas como espaços de compartilhamento e construção simbólica que acontece a partir da comunicação com os públicos com o quais interage (SROUR, 2012).

Considera-se relevante para este trabalho a perspectiva relacional da comunicação, percebendo as organizações como espaços de diálogo, interação e conhecimento onde a comunicação é compreendida como “processo de produção e compartilhamento de sentidos

entre sujeitos interlocutores, realizado através de uma materialidade simbólica (da produção de discursos) e inserido em determinado contexto sobre o qual atua e do qual recebe os reflexos” (FRANÇA, 2001, p. 14).

Nessa perspectiva, Marchiori (2010, p. 145) defende a comunicação como um processo que “incita novas relações organizacionais que oportunizam o desenvolvimento dos seres humanos por meio da negociação social do significado”. Sua contribuição segue no sentido de compreender organização e comunicação como questões indissociáveis que constituem processos e relacionamentos “sendo a linguagem constituinte fundamental, visto que ela cria, por meio das pessoas, uma realidade” (Ibid., p. 149). É necessário olhar para o conjunto de processos e estruturas organizacionais que ofertam sentido de modo que a comunicação crie contextos onde os significados possam ser “produzidos, reproduzidos, negociados e mantidos por meio da interação social” (Ibid., p. 156).

No que se refere às práticas discursivas a comunicação pode ser pensada como um processo de construção e disputa de sentidos, sendo tal entendimento proposto por Baldissera a partir do que discute Foucault de que toda relação é uma relação de forças. Desse modo as disputas de sentido nos processos comunicacionais são alocadas no campo do diálogo (na perspectiva do dialogismo de Bakhtin) a partir da interação dos sujeitos (identidade / alteridade), onde são tensionadas as teias de significação dos diferentes grupos sociais.

Pela comunicação é possibilitado aos sujeitos em tensão relacional colocarem em circulação sentidos, selecionados/construídos/disponibilizados a partir de suas culturas primeiras. Também é pela comunicação que tais sentidos são disputados e internalizados pelos diferentes sujeitos (BALDISSERA, 2009a, p. 59).

Sobre isso Oliveira (2003, p. 2) argumenta que “o aspecto relacional da organização é que possibilita a construção de sentido e que a transforma também em produtora de sentidos”. A autora considera que o processo organizacional precisa lidar com a complexidade dos fluxos informacionais e comunicacionais onde os valores e objetivos da organização estão intrinsicamente relacionados às mudanças econômicas, sociais e políticas.

Em relação ao contexto sociocultural é necessário que a comunicação seja percebida como um processo em movimento e as organizações reconhecidas como espaços simbólicos compostos por indivíduos que interagem e compartilham de uma cultura que é, ao mesmo tempo, aprendida, transmitida e partilhada. Esse fenômeno constitui uma aprendizagem social condicionada que não se resume à somatória das culturas que cada indivíduo pertencente à

organização possui, mas que se configura como uma cultura própria que exprime sua identidade ao longo do tempo. Assim resume Baldissera (2009a) sobre o tema:

Importa lembrar que a Cultura Organizacional não é dada *a priori*; passa a ser tecida pelos sujeitos no momento em que propõem organizar-se para atingir objetivos comuns. Evidentemente, esses sujeitos não são ‘tábuas rasas’, isto é, seres culturalmente sem máculas, mas, sim, como se disse, portadores da cultura de seus grupos. Desse modo, mesmo que desejem atingir objetivos comuns, quando estabelecem relação – comunicação, portanto –, realizam negociações, transações, disputas e construções de sentido de maneira que a tessitura que se vai realizando inclina-se a assumir nuances que se diferenciam, de alguma forma, das culturas de origem dos sujeitos tensionados (BALDISSERA, 2009a, p. 58).

Desse modo, a cultura organizacional pode ser pensada como um processo permanente de tessitura, como destaca Baldissera (2009a, p. 58), que “atualiza, articula e materializa, de diferentes formas, a diversidade de teias simbólicas portadas pelos vários sujeitos (indivíduos, públicos, outras organizações) com os quais entra em relação”. O autor destaca que “a construção e a própria existência de uma dada cultura pressupõe e exige comunicação” (Ibid., p. 54) de modo que cultura é determinante no processo comunicacional, pois nela reside sua possibilidade de realização que se materializa e assume sentidos específicos nos distintos grupos socioculturais e também a comunicação pode ser pensada como a própria manifestação da cultura. As relações estabelecidas entre cultura e comunicação assumem assim uma perspectiva de interdependência e não de determinismo, implicando uma lógica de reciprocidade que alimenta o processo e conforma seus sentidos (BALDISSERA, 2009a). Segundo Cabral, Gonçalves e Salhani (2018), cultura organizacional tem sido definida como:

[...] o conjunto de crenças, valores e normas de conduta, partilhadas e não escritas, através das quais os membros de uma organização se regem e que se reflete nos seus comportamentos. Portanto, é o conjunto de códigos partilhados pelos membros de uma organização, que se forma a partir da interpretação que fazem das normas formais e dos valores estabelecidos pela filosofia organizacional (CABRAL; GONÇALVES; SALHANI, 2018, p. 259).

Desse modo, a cultura se configura como um abrigo de bens simbólicos nos domínios de saberes que as regem (a ideologia, a ciência, a arte e a técnica) e constituem dimensões da percepção e da compreensão da realidade, refletindo distintas atribuições de

significados. Srour contextualiza o sentido de cultura a partir da dimensão simbólica das coletividades, onde as representações imaginárias compõem seu substrato, que

[...] comporta um conjunto de padrões que permitem a adaptação dos agentes sociais à natureza e à sociedade em que vivem; Faculta o controle sobre o meio ambiente; Dirige-se a toda atividade humana cognitiva, afetiva, motora, sensorial, uma vez que todo comportamento humano é simbólico; Não se circunscreve ao mundo abstrato das ideias porque, embora pensadas, as ideias são, sobretudo, vividas e praticadas (SROUR, 2012, p. 135).

Esse panorama evidencia a importância de considerar o sentido estratégico da prática comunicacional no sentido de atuar para produzir sentidos, dar significados e difusão às ações organizacionais, balizando os contextos interno e externo e os processos interativos que resultam na produção de sentido. Nessa perspectiva, os atores envolvidos no processo organizacional são vistos como interlocutores e o processo comunicativo como “instituidor de sentidos e de relações; lugar não apenas onde os sujeitos dizem, mas também assumem papéis e se constroem socialmente; espaço de realização e renovação da cultura” (FRANÇA, 2001, p. 15). O percurso teórico traçado neste trabalho adota a perspectiva relacional da comunicação considerando que “a especificidade do olhar da comunicação é alcançar a interseção de três dinâmicas básicas: o quadro relacional (relação dos interlocutores); a produção de sentidos (as práticas discursivas); e a situação sociocultural (o contexto)” (Ibid., p. 15).

A partir desse entendimento sobre comunicação, a discussão nesta segunda seção avança no sentido de aprofundar as associações entre comunicação, organizações e sustentabilidade culminando com a seguinte indagação: Como a comunicação pode viabilizar a construção de culturas de sustentabilidade nas organizações? Para dar luz à questão lançada busca-se inicialmente refletir sobre os conflitos entre organizações e sociedade no contexto socioambiental, as disputas discursivas sobre a ideia da sustentabilidade, sua instrumentalização nas organizações e o contexto atual da Agenda 2030 e dos ODS.

2.1 Interesses sociais e organizacionais: violências, externalidades e o contexto socioambiental no mundo globalizado

Ao destacar o lugar das organizações na sociedade, o sociólogo Robert Srour (2012, p. 72) argumenta que elas “representam fenômenos de ordem coletiva, entidades com vida própria e dinâmica peculiar e inscrevem-se no domínio da sociedade ou da história” onde operam relações de trabalho e de propriedade entre gestores e trabalhadores. Na perspectiva

do autor as organizações podem ser vistas como arenas de disputas onde coexistem relações de produção, de poderes e de saberes sendo que nesse espaço podem existir conflitos de interesses, onde os habitantes das organizações personificam agentes coletivos e representam distintas classes e categorias sociais que se sobrepõe, fornecendo elementos que contribuem para percebermos a complexidade da realidade social. Srouer salienta que “todo espaço social constitui, assim, um terreno de contradições em que agentes coletivos se defrontam, com base em interesses divergentes e em credos ou *ethos* dissonantes” (Ibid., p. 84).

No contexto organizacional as mais variadas expressões dos indivíduos, como pensamento, ação, sentimento, se materializam nas práticas cotidianas que refletem representações mentais expressas através de linguagens, convicções sociais e saberes, e conferem sentido aos discursos e às práticas organizacionais. No entanto, Srouer destaca que a maioria das organizações não representam uma unidade dotada de uma cultura singular uma vez que a maior parte delas servem à reprodução de padrões culturais que encontram sua dinâmica no território, formando assim “o palco do “discurso social comum”, em que se reafirmam ideias recebidas, gestos, histórias, mitos e ritos em vigor, sem que sejam significativamente rearranjadas para uso próprio” (Ibid., p. 137).

A noção de organização enquanto espaço que reproduz os padrões culturais encontra visada semelhante no campo da Psicologia, como aborda Spink (1996). Ao aproximar a Psicologia do Trabalho da Psicologia Social Crítica, o autor destaca que como efeito tem-se a oferta de novas possibilidades de perceber os fenômenos organizacionais onde o significado de organização como “algo dentro do qual o processo social se dá” passa a ser percebido como o “próprio processo social” (SPINK, 1996, p. 174). O autor alia o conceito de pessoas e processos sociais no universo das relações de trabalho considerando o processo organizativo como fluxo de ações e significados sociais onde as organizações podem ser pensadas como produtos discursivos decorrentes das contradições e conflitos da própria sociedade.

Nesta mesma linha de raciocínio, Srouer (2012, p. 80) argumenta que, considerando as dimensões empíricas do ser, todo indivíduo é “um ser biológico, submetido à contingência de leis naturais; um ser psicológico, submetido à moldagem de padrões psíquicos; e um ser social, submetido à injunção das regularidades sociais” e que estudar as organizações implica “analisar processos sociais e relações coletivas, porque se trata de coletividades em ação”.

Srouer entende as organizações como um microcosmo social que são dotadas de uma infraestrutura material, de um sistema de poder e de um universo simbólico, este último formado pelos saberes que constituem o patrimônio intelectual da organização e seus padrões culturais, que expressam e praticam representações mentais, gerando e padronizando

mensagens cognitivas. O autor aponta ainda que “toda organização se conforma ao mesmo tempo como unidade produtiva, entidade política e agência cultural”, onde as relações de produção, de poder e de saber definem a arquitetura do espaço social (Ibid., p. 82).

Diante dessa perspectiva assume-se que pensar a sustentabilidade pressupõe considerar que as contradições existentes na sociedade reverberam para o contexto das organizações, refletindo dilemas e desafios permanentes. Como destaca Srour, as organizações configuram-se como sistemas que funcionam como campo de forças onde toda e qualquer mudança, seja comunicacional ou cultural, pode ser sentida de diferentes formas e intensidades pelos atores que compõe sua dinâmica.

Duarte Gomes (1991, p. 34) comenta essa ideia quando expressa que a mudança social reverbera para dentro das organizações de modo que “a viabilidade das empresas está ligada à adaptação das mesmas à especificidade cultural das sociedades em que operam”. Essa ideia reflete a dinamicidade da relação entre cultura e organizações onde coabitam interesses e imaginários distintos que torna essencial o reconhecimento dos sujeitos como agentes do processo cultural cuja influência é ambivalente, ou seja, cultura e sujeitos transformam e são transformados na conformação da cultura organizacional.

O sociólogo e ambientalista mexicano Enrique Leff (2011, p. 17) argumenta que a questão ambiental está no centro dessa mudança, pois “problematiza as próprias bases da produção; aponta para a desconstrução do paradigma econômico da modernidade e para a construção de futuros possíveis, fundados nos limites das leis da natureza, na produção de sentidos sociais e na criatividade humana”. É preciso considerar perspectivas que dão luz à novas formas de olhar o mundo que possam redefinir as relações entre o ser humano e a natureza, tendo em vista que tais visões incidem nas práticas sociais e organizacionais e orienta pensamentos e valores que circulam entre os sujeitos nos espaços que habitam. Compreende-se que as contradições entre sustentabilidade e desenvolvimento são fruto de visões divergentes sobre o mundo e sobre como as relações entre o ser humano e a natureza se transformaram ao longo do tempo. Leff nos provoca a refletir mais profundamente sobre isso:

De quem é a natureza? Quem outorga os direitos para povoar o planeta, explorar a terra e os recursos naturais, para contaminar o ambiente? Estes direitos são decisões que se legitimam e (con) descem das alturas do poder sobre as pessoas como a fatalidade de uma lei natural, ou é a mobilização dos povos que transforma as relações de poder para redistribuir os custos ecológicos, reapropriar-se dos potenciais da natureza, fundar novos paradigmas de desenvolvimento e construir novas utopias? (LEFF, 2011, p. 79).

A indagação de Leff nos oferta a possibilidade de pensar as relações que são desencadeadas na sociedade enquanto produtos de um sistema cada vez mais globalizado que enxerga a natureza como recurso e matéria-prima, que precisam ser geridos para resultar em ganhos econômicos. No entanto, para além das questões socioambientais e das cadeias afetadas pelos modelos de exploração atuais, outras derivações são continuamente transformadas no espaço social, composto por pessoas, organizações e interesses distintos que interagem e disputam forças e significados. Para pensar essas relações, apresenta-se a seguir uma discussão que envolve as violências e externalidades no contexto socioambiental na perspectiva da globalização e do papel das organizações na sociedade.

O geógrafo brasileiro Milton Santos (2001) comenta sobre as vertigens causadas pela grande aceleração do mundo e as tantas possíveis formas de percebê-lo no contexto da globalização. Esse fenômeno representa o ápice da internacionalização do mundo onde a monetização da vida social é amparada pela produção de um imaginário à serviço do capital.

A partir disso, o autor esclarece sobre três formas de enxergar o mundo e como essas visões possibilitam melhor entendê-lo: a primeira consiste na globalização como fábula onde “um mercado avassalador dito global é apresentado como capaz de homogeneizar o planeta quando, na verdade, as diferenças locais são aprofundadas” e o culto ao consumo é estimulado (SANTOS, 2011, p. 19). A segunda se apoia na ideia da globalização como perversidade onde imperam desigualdades profundas que acontecem de forma sistêmica, fruto de comportamentos competitivos, e que comprometem a qualidade de vida e a democratização dos acessos. A terceira forma é tratada como a possibilidade do que o mundo pode ser, expresso pela ideia de uma outra globalização que condensa fenômenos como a mistura de povos, raças e culturas e o progresso informacional que nos coloca diante de outras filosofias e modos de pensar para além da afetação decorrente do racionalismo europeu. Paralelamente, existe a intervenção do próprio espaço na materialização da realidade que emerge da sociodiversidade e da possibilidade de outras relações e apropriações que vão possibilitar a construção de novos discursos. Essa condição pressupõe que “a universalidade deixa de ser apenas uma elaboração abstrata na mente dos filósofos para resultar da experiência ordinária de cada homem” (Ibid., p. 21), nos oferecendo a possibilidade de escrever uma nova história.

Ainda no contexto da globalização, Santos (2001, p. 38) disserta sobre a questão da violência estrutural, que se faz visível em múltiplas esferas de poder, onde se observa “um encolhimento das funções sociais e políticas do Estado com a ampliação da pobreza e os crescentes agravos à soberania, enquanto se amplia o papel político das empresas na

regulação da vida social”. Duas perspectivas de violência que subjaz nesse sistema: “a forma como a informação é oferecida à humanidade e a emergência do dinheiro em estado puro como motor da vida econômica e social” sendo que ambas alicerçam um “sistema ideológico que justifica as ações hegemônicas e leva ao império das fabulações, das percepções fragmentadas e ao discurso único do mundo” (SANTOS, 2001, p. 38).

Para problematizar a discussão sobre a questão da violência no contexto social, outro autor relevante é o sociólogo norueguês Johan Galtung e seu pensamento sobre os tipos de violência que se manifestam e permeiam os espaços sociais. O autor estabelece a existência de três tipos de violência (direta / estrutural / cultural) para explicar esse fenômeno na sociedade. Galtung (2003) explica que a violência direta é aquela que é visível, explícita e decorrente de um comportamento do ser humano em relação ao outro, de modo que tanto vítima quanto agressor podem ser identificados no ato em que a violência ocorre. A violência estrutural é aquela onde as vítimas são visíveis, porém o agressor pode não ser facilmente identificável porque se encontra nas estruturas socioeconômicas. Está relacionada aos elementos que afetam as condições de existência das pessoas em sociedade e com a ausência da garantia de direitos, por exemplo o acesso à saúde, educação, trabalho digno e moradia.

No entendimento de Galtung existem quatro classes de necessidades tidas como básicas para identificar os tipos de violência que derivam da sua condição direta e estrutural, sendo elas: necessidade de sobrevivência, de bem-estar, de identidade (representação) e liberdade. Essas necessidades somadas correspondem ao equilíbrio ecológico que é considerada uma categoria demasiada ampla, mas que poderia estar incluída na classificação de tipologias de violência que o autor desenvolve.

Refletindo sobre as duas primeiras formas de violência apresentadas (direta e estrutural), uma outra visada é contextualizada a partir de Santos (2001) que expõe, por exemplo, que a violência relacionada ao dinheiro tem imbricações com a ideia de violência estrutural e também física, na medida que a competitividade alimenta o processo de globalização dentro de territórios que mesclam interesses, lógicas de produção e consumo, e que se materializam de forma desigual, gerando externalidades que são percebidas de modos distintos pelas subjetividades que se entrecruzam no espaço e tempo.

Santos (2001, p. 60) associa a ideia de perversidade sistêmica à desigualdade que é marcada pela fome, pela falta de acesso à água potável e moradia, agravadas pela dificuldade de acesso à saúde, educação e outros elementos que vão configurar uma situação global que “legitima a preeminência de uma ação hegemônica mas sem responsabilidade, e a instalação sem contrapartida de uma ordem entrópica, com a produção “natural” da desordem”.

O terceiro tipo de violência trazido por Galtung reside na dimensão cultural que se manifesta através dos discursos sociais e aspectos da cultura como a religião, a ideologia, a língua e a arte, as ciências formais e empíricas e a cosmologia, expressos pelo autor como contextos que produzem discursos e sentidos e constituem o código genético cultural das sociedades.

Uma visada que nos ajuda a pensar sobre a violência cultural encontra-se no Manifesto de Sevilla, publicado pela Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO, 1989), elaborado por cientistas do mundo todo com objetivo de investigar as causas da violência. O manifesto ofereceu importantes contribuições para os estudos para a paz ao revelar que a violência não decorre de nenhum fator biológico que determine esse comportamento, sendo, na realidade, um produto da cultura. Assim, recai sobre o indivíduo a responsabilidade por atos violentos, associado ao contexto que o cerca, e não sobre a biologia que outrora fora tão utilizada para justificar a violência e a guerra.

Nesse sentido, o antropólogo brasileiro Roque Laraia (2001, p. 36) comenta que os diferentes comportamentos sociais são expressos de modo distinto em diferentes culturas e são produto de uma herança cultural que tem como consequência “a propensão em considerar o seu modo de vida como o mais correto e o mais natural” e essa tendência etnocêntrica “é responsável em seus casos extremos pela ocorrência de numerosos conflitos sociais”.

A violência associada à dimensão cultural, é apresentada por Galtung como aquela que ocorre através da representação de ideias que acabam por justificar comportamentos sociais. O autor se apoia no entendimento de que a linguagem, sendo parte da cultura de um povo, vai legitimar tais comportamentos que estão associados aos outros tipos de violência (direta e estrutural) e que estão circunscritos nos domínios da dimensão simbólica.

Nessa dimensão, Santos (2001) também observa a questão da violência relacionada à informação, que traduz ideias que o autor apresenta como a fabulação, a ideia de aldeia global, a apropriação publicitária de discursos por parte das empresas e o processo de construção da informação, sendo que esses aspectos se relacionam com a ideia de violência simbólica proposta por Galtung (2003). Sobre a questão simbólica diante dos interesses conflitantes existentes na sociedade, Srour (2012) comenta:

Em vez de uma aldeia global e pasteurizada, forma-se um deslumbrante arco-íris feito de particularismos, nacionalismos, etnicismos e regionalismos, que um maremoto de informações instantâneas varre sem cessar. Nesse contexto, novas relações de propriedade e de trabalho estão ganhando músculos, a despeito das resistências das oligarquias organizacionais e dos muitos interesses que se acham cristalizados (SROUR, 2012, p. 4).

Para aprofundar a questão da violência diante do que aponta Srour sobre os interesses que são constituídos nos espaços sociais, Cabral, Gonçalves e Salhani (2018) trazem uma discussão sobre o tema no contexto organizacional a partir de angulações sobre a atividade, o discurso e as práticas culturais das organizações à luz da perspectiva crítica dos estudos para a paz, com o objetivo de refletir sobre ética e responsabilidade nas organizações. Sobre as tipologias de violências propostas por Galtung (2003), os autores afirmam que as organizações configuram espaços de legitimação de violências, “especialmente mediante sua cultura organizacional, modelo de gestão, filosofia organizacional, legislações específicas que impactam a vida das organizações, bem como as estruturas físicas e ambientais que afetam a saúde do trabalhador” (CABRAL; GONÇALVES; SALHANI, 2018, p. 249).

Dando ênfase às práticas socioculturais enquanto estratégias comunicacionais, os autores argumentam sobre a noção de violência simbólica e de violência cultural, proposta por Galtung, ambas subjacentes no tecido social. Compõem esse sistema estruturas de poder que marcam uma disputa de interesses e de discursos que são hierarquizados e que buscam universalizar as produções simbólicas sem considerar os interesses de outros grupos sociais. Tendo como base a teoria crítica de Adorno e Horkheimer e a noção de organização como um “organismo vivo”, os autores também argumentam sobre a manifestação e legitimação de violências que são institucionalizadas e que reproduzem as próprias dinâmicas sociais.

Nesse sentido, alguns exemplos de violências organizacionais decorrentes do sistema descrito são citados (violência contra as mulheres, lgbtfobia, racismo institucional, discriminação ou preconceito etário, violência contra pessoas com deficiência, xenofobia, corrupção e propina em organizações públicas, privadas e do terceiro setor, precarização das condições de trabalho, trabalho escravo e trabalho infantil), mostrando que essas realidades “apontam para um cenário de questionamentos sobre o papel das organizações como gestoras da vida social” (CABRAL; GONÇALVES; SALHANI, 2018, p. 257).

Essa discussão se desenvolve em torno do protagonismo das organizações para o avanço de mudanças econômicas, políticas, sociais e culturais e da materialização de agendas globais que buscam unir e orientar organizações para implementação de ações voltadas para questões ambientais, sociais e de governança (ASG), como preveem o Pacto Global da Organização das Nações Unidas (ONU), os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) e a Agenda 2030, que não visam apenas “a manutenção da imagem e da reputação corporativa, mas principalmente a mudança cultural organizacional” (Ibid., p. 261).

Como será discutido mais adiante, os ODS e a Agenda 2030 podem ser vistos como uma forma de instrumentalização da sustentabilidade, de modo que é relevante para este trabalho discutir sobre as diferentes perspectivas de violência apresentadas para questionar as relações entre sustentabilidade e organizações, tendo em vista um contexto marcado pela disputa de interesses sociais, organizacionais, financeiros, discursivos, paradigmáticos entre outros.

A dimensão ambiental da sustentabilidade nos oferece a oportunidade de refletir sobre as tipologias de violência em um cenário onde a globalização e a exploração da natureza criam impactos que extrapolam o espaço físico, criando externalidades negativas que são distribuídas de maneira desigual pelo planeta. Assim ocorre com a questão da mudança climática, a emissão de poluentes e de gases do efeito estufa, cujos impactos não podem ser delimitados por fronteiras geopolíticas e afetam países e classes sociais de modo distinto ao redor do globo.

Nesse sentido, as violências direta e estrutural podem estar relacionadas ao sistema de produção atual dentro da lógica capitalista que estabelece relações comerciais e produtivas que geram desigualdades sociais e prejuízos ambientais, onde tanto as organizações como o Estado utilizam de recursos naturais para geração de lucro, provocando quadros de escassez e degradação ecológica. A relação expressa tem como referência aspectos do conceito de ecologismo dos pobres, definido por Goebel (2010, p. 130) como aquele onde “a expropriação do ambiente dos países pobres por parte dos países ricos dá lugar a uma dívida ecológica, derivada da construção de um intercâmbio ecologicamente desigual, crescente na evolução do capitalismo e inerente a sua própria dinâmica”.

Desse cenário também derivam mecanismos políticos e sociais inseridos na estrutura da sociedade que se materializam através, por exemplo, de acordo multilaterais, de políticas públicas ou da ausência e precariedade destas. Assim, a violência estrutural pode estar associada à dificuldade de execução de ações para a transformação das condições de vulnerabilidade, afetadas pela burocracia, morosidade e corrupção das estruturas políticas atuais, e também aos instrumentos de gestão que provocam situações de risco e podem ser utilizados para beneficiar uma parte da sociedade em detrimento da outra. Sobre isso, Goebel (2010, p.134) comenta, por exemplo, sobre a questão do zoneamento urbano como “um processo que, enquanto por um lado se privatizam as externalidades positivas ou benefícios, pelo outro as externalidades negativas são socializadas”.

Podemos associar esse pensamento ao licenciamento de obras de grande impacto ambiental como no caso da construção de barragens para produção de energia hidroelétrica

onde ocorre a inundação de territórios, provocando muitas vezes o deslocamento de pessoas e interrompendo a exploração não predatória praticada por comunidades tradicionais como indígenas e quilombolas. Também no caso de obras de mineração, que no Brasil provocou dois grandes desastres ambientais no estado de Minas Gerais entre 2015 e 2019 (Mariana e Brumadinho, respectivamente), com o rompimento de barragens que resultou em perdas humanas e degradação ambiental, o que caracteriza uma violência direta decorrente da violência estrutural no âmbito das atividades de grandes corporações e da ausência de políticas de fiscalização e controle eficientes, assim como de punições e indenizações justas.

Outro aspecto estrutural que culmina na violência direta pode estar associado à ausência do acesso a serviços básicos que expõe as pessoas à situações de degradação, vulnerabilidade e risco, considerando aspectos como a presença ou ausência de sistemas de coleta de esgoto, tratamento de água, coleta de lixo, áreas verdes para uso recreativo, recursos naturais para a subsistência, associado às condições sociais e econômicas que perpetuam situações de desigualdade. Outra reflexão nesse sentido diz respeito às mudanças climáticas, que já afetam cidades e populações de modo desigual, mas que ainda encontram resistências sobre sua legitimidade, apesar do quadro de emergência debatido nas últimas décadas.

Sobre as organizações, o contexto ambiental e as formas de violência, também podemos refletir sobre a apropriação da natureza através da etnobioprospecção, como argumenta Leff (2011), sobre a dívida ecológica gerada pelo hiperconsumo dos países do Norte frente a superexploração dos países do Sul, onde ocorre também a apropriação de saberes tradicionais patenteados pela indústria, a biopirataria ou ainda a reconfiguração genética de sementes que tornam produtores muitas vezes reféns de grandes empresas na produção agrícola. Outra forma de violência pode ser observada através de escândalos envolvendo grandes empresas em casos sobre contaminação/poluição, uso de mão de obra escrava, desmatamento ilegal entre outras situações identificadas no contexto da globalização econômica e das cadeias produtivas conformadas nesse sistema.

Para Galtung (2003), a questão entorno da transformação da natureza pela atividade industrial provoca o esgotamento de recursos além de diversos tipos de poluição e a violência sobre o meio ambiente acontece de forma direta e estrutural. Além disso, o discurso do crescimento econômico sustentável pode ser uma forma de violência cultural, o que se relaciona com o pensamento de Leff (2011) sobre os significados atribuídos ao conceito de sustentabilidade e suas implicações sociais, econômicas e políticas.

Temos também como exemplo os casos de *greenwashing*³ e *sdgwashing*⁴ utilizados como tentativa de emplacar o discurso verde e a ideia de responsabilidade das organizações, o que incide em ganhos de imagem e reputação, mas que muitas vezes se distanciam de práticas eficientes para residir apenas nos discursos.

Srour (2012, p. 60) reforça que “a responsabilidade social das empresas capitalistas resulta de um processo político de pressões, exercido por cidadãos organizados” e que este conceito confere “um caráter essencialmente “associativista” ao capitalismo social”, remetendo “à intervenção virtuosa das empresas na melhoria da qualidade de vida de seus públicos de interesse”. No que se refere à questão ambiental, o autor esclarece que isso implica na adoção de medidas que considerem a vulnerabilidade do planeta e que evitem as externalidades negativas de seus processos de produção. Isso também diz respeito à função social da empresa, que deve privilegiar a mudança genuína em detrimento de ações que buscam favorecer exclusivamente a imagem corporativa, o que corresponde aos ativos intangíveis da organização. Sobre isso, o jornalista e professor Wilson da Costa Bueno argumenta que:

O desenvolvimento sustentável é, portanto, quase sempre, assumido de maneira superficial, não necessariamente incorporado ao processo de gestão das organizações públicas e privadas. Elas não evidenciam disposição para promovê-lo porque isso significaria rever o paradigma que rege os seus negócios e porque não estão, apesar do discurso, comprometidas com o interesse público (BUENO, 2012, p. 5).

Leff (2011, p. 124) nos ajuda a compreender o desenrolar dessa situação afirmando que “a capacidade de simulação, de perversão e sedução do discurso da sustentabilidade resulta mais grave que a violência direta e a queima de livros pela Inquisição durante as ditaduras que tentaram esmagar a poesia e o pensamento crítico”. É nesse contexto de apropriação dos discursos e de disputa de sentidos que se manifesta a ideia de violência cultural e simbólica, que alimentam estratégias de poder e que ocultam os mecanismos de repressão que culminam em impunidade.

³ Segundo Bueno (2011) *greenwashing* representa um conjunto de ações, posturas e estratégias utilizadas como método para legitimar um compromisso ambiental, mas que se restringe às ações de comunicação/marketing e está dissociado da cultura e da gestão organizacional. A prática configura uma ação que se sustenta no discurso e não nas ações da organização.

⁴ O termo *sdgwashing* é uma nova roupagem para o termo *greenwashing* e tem como referência os ODS, em inglês SDG. Refere-se às organizações que desenvolvem um engajamento superficial que é insuficiente para melhorar as práticas de responsabilidade social corporativa e para conduzir novas práticas organizacionais (HERAS-SAIZARBITORIA; URBIETA; BOIRAL, 2021).

A partir de O'Connor, Leff (2011, p. 26) também argumenta que as estratégias de sedução e simulação do discurso da sustentabilidade constituem um mecanismo que busca a reintegração do ser humano e da natureza à racionalidade do capital “gerando formas mais sofisticadas, sutis e eficazes para a exploração do trabalho e a apropriação dos recursos naturais, que a aplicação da violência direta e a lógica pura do mercado”. Para Leff, “a crise ambiental rompe o mito do desenvolvimentismo levantando novos problemas globais gerados pelos efeitos sinérgicos e acumulativos de crescimento econômico e destruição ecológica” (Ibid., p. 89).

A complexidade da questão ambiental e as manifestações de violência decorrentes do comportamento organizacional, tanto na esfera pública quanto na esfera privada, revelam desafios que demandam uma mudança de pensamento e de atitude para o enfrentamento de uma causa comum a todos nós, onde existe a necessidade de mobilizar novas estratégias que reflitam transformações necessárias à sociedade.

Longe de ser uma discussão com conclusões, o balizamento de interesses no âmbito socioambiental atravessa questões para além da globalização e das violências e externalidades, pois coloca em xeque a própria manutenção da existência, de pessoas e organizações, em um mesmo sistema que distribui de modo desigual as benesses e mazelas que produzem. Esse cenário prevê urgências na transformação da consciência dos atores sociais que permitam conduzir mudanças estruturais e simbólicas para redefinir as relações entre ser humano, organizações e natureza.

Ao longo do tempo, várias respostas foram elaboradas visando equacionar os dilemas do desenvolvimento, fruto de um percurso histórico marcado pela contradição de visões e interesses, mas que de certa forma demonstram uma preocupação latente sobre os problemas do mundo.

Nesse contexto, pretende-se ampliar a discussão sobre sustentabilidade e organizações pela lente dos ODS que representa uma agenda global pautada em princípios sociais, econômicos e ambientais, cada vez mais apropriada pelas organizações para direcionar ações alinhadas às expectativas de seus investidores e demais públicos. No entanto, compreender o contexto dessa agenda implica refletir inicialmente sobre o discurso da sustentabilidade e como a percepção dessas ideias impacta as organizações.

2.2 Visada verde: promessa, impasse, emergência e absurdo

Os referenciais mobilizados nesta seção permitem compreender que os sentidos de sustentabilidade são muitos e diversos, suas mudanças de significado são fruto de disputas que ao longo do tempo adquiriram diferentes contornos em função dos eventos e dos grupos que dela se apropriaram.

Não se pretende apresentar uma cronologia sobre como o tema surgiu e se construiu, já que existem inúmeros trabalhos em diferentes áreas do conhecimento que contextualizam tal trajetória, mas sim analisar a perspectiva histórica de seu desenvolvimento para resgatar alguns elementos que incidem sobre as diferentes visões existentes sobre sustentabilidade, refletindo sobre as disputas de significado, sobre a polissemia do conceito e como essas ocorrências marcam preocupações distintas sobre os problemas do mundo. As palavras destacadas no título desta seção (promessa, impasse, emergência e absurdo) representam as controvérsias que circundam a ideia da sustentabilidade assim como sua inserção nos mais diversos contextos, sua apropriação pelos atores sociais e as implicações geradas por tais disputas.

Bonfiglioli (2012) desenvolve algumas ideias sobre as tantas significações que incidem sobre o conceito de sustentabilidade mostrando a diversidade de visões que direciona seus sentidos. Para a autora, alicerçam essa discussão conceitos como o de capacidade de carga dos ecossistemas, que está associado à ideia de tolerância aos impactos sofridos pelo sistema; de resiliência, associado à ideia de recuperação sistêmica e de reorganização diante perturbações no sistema; e de capacidade ecológica (ou biocapacidade), associado à ideia de produtividade de um ecossistema.

A autora argumenta que a noção de sustentabilidade foi cunhada a partir de estudos concentrados no campo das ciências florestais, resultado de um aparecimento concomitante em alguns países da Europa, associado à ideia de capacidade dos sistemas florestais sustentarem sua produção para manterem os recursos ao longo do tempo bem como o sustento das gerações futuras. Sobre isso, Leonardo Boff (2012) comenta que foi na Baixa Saxônia, em 1560, que emerge a preocupação pelo uso racional de florestas que marca o surgimento da palavra sustentabilidade, do alemão *Nachhaltigkeit*. Esse contexto é explorado por Bonfiglioli (2012) que traça um referencial histórico sobre o aparecimento do termo, fazendo um resgate da cena mercantil do século XVII quando os processos de industrialização avançavam na Europa e passaram a fomentar a crença do progresso econômico.

Nessa época também despontam as primeiras preocupações relacionadas à escassez de recursos necessários para sustentar os ideais de desenvolvimento, contextualizados em um período marcado pelo uso intensivo da madeira na construção civil, naval e como combustível. Esse momento registra o surgimento das primeiras ideias relacionadas ao uso responsável dos recursos para que o estilo de vida que estava sendo conquistado não fosse ameaçado, fazendo avançar legislações sobre proteção florestal na Inglaterra e na França, em meados de 1660, e posteriormente também na Alemanha.

Esse contexto é utilizado por Bonfiglioli (2012, p. 111) para fundamentar que a noção de sustentabilidade “confunde-se com a genealogia das ciências florestais, das ciências biológicas, das ciências ecológicas e do próprio movimento ambientalista, entendido como movimento contracultural nascido na década de 1960”, estando associada à administração de recursos ou de bens públicos e à ideia de manejo de recursos naturais no contexto da engenharia florestal tendo em vista os interesses econômicos presentes e futuros e a degradação ambiental como preocupação latente, capaz de perturbar a manutenção dos interesses dos seres humanos sobre a natureza.

O sociólogo Elimar Pinheiro do Nascimento (2012) também traça a trajetória da sustentabilidade, contextualizando o percurso após a década de 1950 onde a discussão começa a ser problematizada com mais engajamento dos atores sociais em torno da temática ambiental. Assim, o autor discorre que nessa época despertou na humanidade a iminência de um risco ambiental global decorrente da poluição nuclear e da manifestação de chuvas radioativas em função das dinâmicas provocadas pelo uso experimental de bombas.

Até meados do século XX, a humanidade temia basicamente duas grandes ameaças de extinção – uma externa (o choque de um grande meteorito, como aparentemente ocorreu há 65 milhões de anos, extinguindo os dinossauros) e outra interna (o advento de uma epidemia desconhecida e incontrolável). Em meados do século passado, foi acrescida mais uma ameaça, provinda dos próprios seres humanos: a bomba atômica (NASCIMENTO, 2012, p. 58).

Nos anos 1960 ocorre a publicação do famoso “Primavera Silenciosa” (1962), da bióloga Rachel Carson, que denunciou a poluição causada por pesticidas e sua contaminação sistêmica observada em diversos locais do planeta, o que levou ao banimento da substância conhecida como DDT (diclorodifeniltricloroetano) em 1972 nos Estados Unidos e posteriormente em todo o mundo, além de restrições à produção de outras substâncias químicas consideradas nocivas. A publicação desencadeou um grande debate sobre o uso de

substâncias químicas em larga escala e sobre a responsabilidade da ciência diante dos progressos tecnológicos.

Utilizando um conceito de Ciro Marcondes Filho, Bonzi (2013, p. 208) expressa que “o Primavera Silenciosa foi um *acontecimento comunicacional* que mudou o mundo”, gerando profundos processos de mudança. A obra tem sido atribuída à fundação do movimento ambientalista de modo que seu impacto é relevante nos dias atuais assim como foi há quase 60 anos quando foi publicada. Para Leff (2011), o livro de Carson também é o marco do que o autor chama de consciência ambiental.

Destaca-se ainda que o período dos anos 60 também foi marcado por mobilizações da sociedade com reivindicações sociais e trabalhistas e pressões sobre as empresas em temas relacionados à poluição, exploração do meio ambiente, consumo, emprego, igualdade de gênero, pobreza e racismo, em um contexto cultural de enfrentamento do *establishment* e de mudança social (FARIA; SAUERBRONN, 2008).

No contexto dos anos 1970 ocorre o acirramento dos debates sobre preservação e desenvolvimento em função dos processos de intensificação da exploração da natureza e das relações produtivas de mercado, expondo conflitos latentes e visões distintas sobre o enfrentamento de questões já percebidas no contexto mundial. A interação de tais forças culminou na primeira tentativa de uma agenda global para conduzir mudanças substanciais para uma nova trajetória do ser humano no planeta, conduzindo as nações de todo o mundo à Conferência das Nações Unidas sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento em 1972, também conhecida como a Conferência de Estocolmo, realizada como um primeiro anúncio de uma preocupação ambiental envolvendo países do Norte e do Sul, tendo como pano de fundo a questão do crescimento econômico, da degradação ambiental e da extinção da pobreza, expondo um confronto de visões entre ambientalistas e desenvolvimentistas sobre o conceito e as implicações da sustentabilidade.

Nessa década, também merece destaque a publicação do Clube de Roma “Os limites do crescimento” (1972), que “trouxe para o debate o alerta sobre o risco de esgotamento da natureza, associado à tendência de explosão demográfica e ao aumento contínuo da produção industrial associada às demandas de crescimento econômico” (IRVING, 2014, p. 19), a crise do petróleo (1973), a ideia de descarbonização da economia e a publicação da Teoria da Ecologia Profunda (1973) pelo filósofo e ecologista norueguês Arne Naess que provocou um atrito entre ambientalistas moderados e radicais com visões bem distintas sobre os problemas da degradação ecológica. De um lado os moderados “superficiais”, ocupados com preocupações acerca da poluição nos países desenvolvidos, e de outro lado os radicais que

argumentavam sobre os problemas ambientais contidos nas estruturas das sociedades, para além dos impactos negativos locais. Para tentar dissolver essas disputas, a Organização das Nações Unidas (ONU), através de uma comissão realizada também em 1973, considerou que o problema da degradação ambiental era decorrente de externalidades econômicas, o que permitiu que a questão ambiental adentrasse o espaço social.

O contexto dos anos 1980 é marcado pelo surgimento das novas tecnologias de informação e o impulsionamento da globalização onde grandes corporações assumiram importância social e política (FARIA; SAUERBRONN, 2008). As conferências e debates que sucederam esses primeiros movimentos inflamaram a ideias marcadas pela possibilidade de um redesenho da história, culminando na conferência realizada pela Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento em 1987 e na elaboração do Relatório Brundtland “Nosso Futuro Comum”. O documento traz o conceito de desenvolvimento sustentável que é expresso como “a capacidade em atender as demandas do presente sem comprometer a possibilidade das gerações futuras atenderem às suas próprias necessidades”. Na elaboração incide a noção da intergeracionalidade, de justiça social, de valores éticos e o compromisso com as gerações futuras (NASCIMENTO, 2012).

Embora as ideias apresentadas no relatório pareçam transmitir a ideia de promessa de um novo mundo mais justo e igualitário, Leff traz uma perspectiva crítica e contextualizada sobre o tema que, apesar da forte descrença do autor sobre os caminhos articulados no contexto da sustentabilidade, oferece um ponto de vista que nos ajuda a compreender esse território de disputas. Para Leff (2011, p. 19), o relatório busca “propor uma política de consenso, capaz de dissolver as diferentes visões e interesses dos países”, assim como os demais movimentos e conferências que seguiram posteriormente objetivaram figurar uma política para a mudança global que tenta mitigar as contradições entre ambiente e desenvolvimento.

Bonfiglioli (2012) resume que, apesar do conceito de sustentabilidade assumir uma significação mais abrangente com a publicação do Relatório de 1987, esse avanço é marcado por processos de legitimação e institucionalização normativa, decorrentes de processos políticos multilaterais que repercutem interesses associados:

A sustentabilidade pode ser meta civilizatória, motivação para organizações da sociedade civil, desafio tecnológico para a indústria, disputa política em órgãos da ONU, alvo de marketing para o consumo e para a imagem de praticamente todas as corporações contemporâneas, sejam elas governamentais ou privadas. É essa polivalência do termo que nos atordoa e nos instiga (BONFIGLIOLI, 2012, p. 100).

Sobre a noção de sustentabilidade e de desenvolvimento sustentável, Nascimento reflete que tais definições

[...] tornou um campo de disputa, no sentido utilizado por Bourdieu, com múltiplos discursos que ora se opõem, ora se complementam. O domínio da polissemia é a expressão maior desse campo de forças, que passa a condicionar posições e medidas de governos, empresários, políticos, movimentos sociais e organismos multilaterais (NASCIMENTO, 2012, p. 51).

Autores como Veiga (2017), Irving (2014), Nascimento (2012), Bueno (2012), Leff (2011) e Baldissera (2009b) dissertam sobre a polissemia do conceito de sustentabilidade, fruto de disputas ideológicas e conceituais que faz com que o termo seja tão controverso e com tantas significações distintas. Isso levou à uma banalização e confusão que se desdobra no contexto organizacional com a apropriação do termo na comunicação publicitária (*greenwashing*) e que também já pode ser notada no contexto dos ODS e da Agenda 2030 (*SDG washing*).

Sobre isso, Leff (2011) argumenta que como efeito da globalização têm-se a mobilização de recursos e processos ecológicos em escala planetária para impulsionar o crescimento econômico e que os discursos e as políticas da sustentabilidade difundem-se de modo heterogêneo onde atuam diferentes perspectivas e forças que traduzem o conflito de interesses subjacente aos mecanismos de apropriação da natureza, sendo que nesse processo

[...] a noção de sustentabilidade foi sendo divulgada e vulgarizada até fazer parte do discurso oficial e da linguagem comum. Porém, além do mimetismo discursivo que o uso retórico do conceito gerou, não definiu um sentido teórico capaz de unificar as vias de transição para a sustentabilidade (LEFF, 2011, p. 21).

Nesse sentido, Bonfiglioli (2012, p. 115) reflete que pensar sustentabilidade demanda compreender o processo de utilização sociocultural do termo, onde “sua significação dá-se na contemporaneidade pela forma como extrapola, amplia, mescla-se, provoca anastomoses na língua, nos discursos, nas narrativas”, o que marca os antagonismos e disputas que o cercam de modo que “ele se refere, a uma só vez, a uma meta racional tecnocientífica e a um sonho poético de todo ativismo político. É a partir dessa diferença que, talvez, novas vias de acesso ao termo, à sua significação e a novas formas de ação poderão surgir”.

Leff (2011, p. 420) contempla essa visão ao afirmar que “a complexidade ambiental emerge como resposta ao constrangimento do mundo e da natureza pela unificação ideológica, tecnológica e econômica” e com isso “desencadeia uma revolução do pensamento, uma mudança de mentalidade e uma transformação do conhecimento para construir uma nova racionalidade e um novo saber que sejam capazes de orientar e projetar um mundo sustentável, justo e democrático”.

Outra visão é expressa pelo agrônomo e economista José Eli da Veiga (2017) que argumenta que a sustentabilidade não é um conceito, e sim um valor, e que a tentativa de emplacar outras terminologias, como por exemplo o termo resiliência em seu lugar, não permite a solução dessa disputa, já que se trata de uma noção que restringe ainda mais a perspectiva de significado e possui um alcance lógico e cognitivo menos abrangente. Assim, muitas faces se descortinam sobre o tema e oferecem diferentes significações e perspectivas, ora vista como discurso, ora como conceito político-normativo, ou ainda como valor, como defende Veiga, tornando-se relevante para este trabalho contextualizar o termo na arena social e política que alicerçam suas controvérsias, permitindo uma discussão posterior sobre os ODS, a Agenda 2030 e a instrumentalização da sustentabilidade nas organizações.

A transposição da ideia de sustentabilidade para o termo desenvolvimento sustentável nos oferece ainda mais pistas dos alicerces dessa disputa que marca a tentativa de emplacar um ideário de justiça social e ambiental associada à ideia de desenvolvimento e lucro, fundantes de uma perspectiva capitalista que olha para as transformações do mundo a partir de uma lógica economicista. Essa racionalidade econômica é discutida por Leff (2011) quando defende que a ideia de crescimento sustentado e de desenvolvimento sustentável surge de uma lógica que busca apropriar-se da natureza, onde a visão que se estabelece é da natureza enquanto recurso para atender as demandas do capital. Sobre isso, Irving (2014, p. 25) afirma que “a noção de desenvolvimento sustentável é polissêmica, tensionada e inacabada, desde sua origem, com fortes implicações éticas, políticas e ideológicas. E, por essência, representa uma “ideia-força” contraditória, o que reafirma a exigência de um debate crítico a respeito”.

Já para Veiga (2017, p. 240) a ideia de se utilizar o termo sustentável como forma de qualificar a noção de desenvolvimento “sempre expressou a possibilidade e a esperança de que a humanidade poderá, sim, se relacionar com a biosfera de modo a evitar os colapsos profetizados desde os anos 1970”. O autor contextualiza a noção de desenvolvimento sustentável e seus aspectos subjacentes, como o desafio de uma governança global, apontando que dois marcos legitimaram a ideia de indivisibilidade dos direitos humanos ao conceito: a

“Declaração sobre o direito ao desenvolvimento” (Assembleia Geral das Nações Unidas, 1986) e a “Declaração de Viena sobre os Direitos Humanos” de 1993, sendo que esses direitos estão alicerçados em pressupostos que “devem se aplicar tanto aos direitos civis e políticos quanto aos direitos econômicos, sociais, culturais e ambientais, com ênfase no direito ao desenvolvimento e nos direitos à paz e à solidariedade” (Ibid., p. 234).

Essa visada passou a orientar os programas de desenvolvimento da ONU, com intuito de dissolver possíveis controvérsias sobre o termo desenvolvimento. Paralelo a isso, as discussões subsequentes são travadas pela disputa de significados sobre ideias de crescimento e decrescimento, crescimento seletivo, progresso e prosperidade, que tangenciam a noção de desenvolvimento. Veiga (2017, p. 236) esclarece que desenvolvimento é “a mais política das questões socioeconômicas” e que o conceito vem sendo abordado nos relatórios da ONU como aquele que implica a possibilidade de escolha de modos de vida e a capacidade de mobilizar instrumentos e oportunidades para que as pessoas possam fazer suas próprias escolhas.

Ainda no contexto dos anos 1990 temos a Conferência das Nações Unidas para o Meio Ambiente e o Desenvolvimento, a RIO-92 (ou ainda ECO-92), cujos efeitos mais relevantes foram a criação da Convenção da Biodiversidade e das Mudanças Climáticas, que resultou no Protocolo de Kyoto, a Declaração do Rio (Carta da Terra) e a Agenda 21. No entanto, o encontro evidenciou as contradições que anteriormente buscou-se dissolver, destacando os sinais de crise decorrentes dos modelos de desenvolvimento visíveis na época. Irving (2014, p. 25) salienta que é fundamental perceber a diferença dos contextos dos eventos que marcam a trajetória da sustentabilidade que, diferentemente da Conferência de Estocolmo em 1972, a RIO-92 é realizada 20 anos mais tarde “em um contexto político bem mais favorável ao debate ambiental, em função do reconhecimento dos riscos decorrentes da sobre-exploração da natureza e dos efeitos perversos do processo de industrialização”.

O percurso da sustentabilidade e seus marcos históricos também evidenciam as disputas conceituais travadas ao longo do tempo tendo em vista a busca por uma definição da sustentabilidade que pudesse contemplar toda sua complexidade. Quando na década de 1970 reconhece-se que o problema da degradação ambiental é fruto da estrutura e funcionamento do sistema econômico, permitiu-se compor o modelo de tríade que hoje é amplamente difundido, e criticado ao mesmo tempo, que considera três principais pilares da sustentabilidade: o ambiental, o econômico e o social (NASCIMENTO, 2012). Mais tarde, John Elkington resgata esses pilares para elaborar o conceito *Triple Bottom Line* (Tripé da Sustentabilidade) expresso no livro “Canibais com garfo e faca”, argumentando que a

sustentabilidade deve estar baseada na prosperidade econômica, na qualidade ambiental e justiça social (ELKINGTON, 1997).

Sobre isso, Leff (2011, p. 15) ressalta que “o princípio da sustentabilidade surge no contexto da globalização como a marca de um limite e o sinal que reorienta o processo civilizatório da humanidade”, de modo que o conceito deriva de um problema mais amplo e reflete uma questão eminentemente política. Nesse sentido, Nascimento (2012) observa a ausência de uma dimensão política circunscrita no modelo de tríade criado para dissolver a contradição de visões opostas entre ambientalistas e desenvolvimentistas, o que altera radicalmente a compreensão sobre o assunto. O autor também destaca a ausência de uma dimensão cultural ao modelo, já que a cultura atravessa todas as demais dimensões e reflete na inserção de tais ideias e práticas nas sociedades.

Assim, outro modelo que pretende dar conta da complexidade da sustentabilidade pode ser encontrado no trabalho do economista Ignacy Sachs (1993) onde o autor aponta cinco dimensões da sustentabilidade: social, econômica, ecológica, espacial e cultural, sendo mais tarde incorporada outras dimensões: a política nacional e internacional (2002). Em outro trabalho Sachs defende a ideia do ecodesenvolvimento, termo utilizado pela primeira vez em 1972 e apropriado pelo autor para definir uma posição alternativa à ordem econômica, fundamentado no planejamento participativo, na ética e na consciência ecológica (MAIA; PIRES, 2011).

Na visão de Leff (2011, p. 18) esse termo trata de uma tentativa de criar “um conceito capaz de ecologizar a economia, eliminando a contradição entre crescimento econômico e preservação da natureza”, que foi suplantado pelo discurso do desenvolvimento sustentável através de estratégias que foram transformando e submetendo as ideias centrais do discurso ambiental-crítico aos ditames da globalização, onde persistem a exploração e a degradação ambiental, apesar da ecologização dos processos produtivos e da capitalização da natureza. No entanto, como ressalta Irving (2014, p. 25), “é importante considerar também que esse processo não é linear e nem resulta de consensos. Muito pelo contrário, ele se constrói com avanços e retrocessos e tempos distintos de resposta, segundo o contexto vivido, quer no plano concreto, quer no simbólico”.

A busca pela definição de um termo que consiga traduzir tantas preocupações e pontos de vista acaba por fatar percepções, dividir opiniões e representa um impasse para o alcance de necessárias mudanças que permanecem em estado latente. Para Veiga (2017), também recai sobre a sustentabilidade posições divergentes frente os desafios ecológicos globais, algumas excessivamente otimistas como as que tratam da previsibilidade de cenários,

de tendências, indicadores e parâmetros de degradação e seu possível monitoramento, o que não desqualifica a discussão, mas evidencia seus limites. Afinal, como determinar a quantidade de agrotóxicos que podem ser utilizados na agricultura considerando seu impacto na natureza, nos seres vivos, na atmosfera e nos rios? Qual a quantidade de material particulado que pode existir na atmosfera? Qual a taxa de desmatamento pode ser considerada inofensiva ou alarmante e em qual circunstância? Qual a quantidade máxima de poluição que um rio pode receber? Essas e outras perguntas evidenciam a complexidade de quantificar riscos e assumir posições limítrofes quando se fala em degradação ecológica. Por outro lado, outras visadas são consideradas demasiado pessimistas, pois enveredam para o catastrofismo e desespero, o que também dificulta a criação de consensos.

Sustentabilidade é, portanto, uma noção incompatível com prognósticos de que o desastre só estaria sendo adiado, ou sérias dúvidas sobre a real possibilidade do progresso da humanidade. Em seu âmago está uma visão de mundo dinâmica, na qual transformação e adaptação são inevitáveis, mas dependem de elevada consciência, sóbria prudência e muita responsabilidade diante dos riscos e, principalmente, das incertezas (VEIGA, 2017, p. 241).

Um ponto chave observado através dos referenciais mobilizados é que o surgimento do conceito de sustentabilidade reside na dimensão ambiental, se desdobrando posteriormente para as dimensões social, econômica e outras, que passam a dar outros contornos para a questão. Nesse sentido, merece destaque outro ponto que tangencia essa discussão que está relacionado às mudanças globais ocasionadas pelo ser humano no contexto contemporâneo onde surge outra disputa teórica: a Era do Antropoceno.

Paul Crutzen, Nobel de química em 1995, cunhou o termo nos anos 2000 e desde então inúmeras discussões vêm sendo desenvolvidas nos mais diversos campos do conhecimento. Para citar alguns nomes que têm utilizado o termo em suas respectivas áreas do conhecimento, temos: Donna Haraway (bióloga e filósofa), Bruno Latour (antropólogo), Yuval Harari (historiador), Eduardo Viola (relações internacionais), Paulo Artaxo (físico), José Eli da Veiga (economista), Luiz Alberto de Oliveira (físico) e também no campo da comunicação, Lucia Santaella (2015) aborda essa ideia para discutir a convergência entre sociedade, cultura e processos midiáticos na revolução digital.

Embora a paleontologia e a geociências ainda sejam resistentes à ideia do Antropoceno, muitos autores que vêm trabalhando nessa ideia exprimem a concepção de que a grande aceleração que o mundo passou após a Revolução Industrial, em um primeiro momento, e posteriormente no contexto pós 2ª Guerra, alterou profundamente os sistemas de

produção e consumo, associado ao aumento exponencial da população mundial e da globalização. Esse processo veio acompanhado de uma exploração cada vez mais intensa da natureza com impactos extremos no ambiente. Nesse sentido, o cientista brasileiro Paulo Artaxo (2015, p. 15) comenta que “a humanidade emerge como uma força significativa globalmente, capaz de interferir em processos críticos de nosso planeta, como a composição da atmosfera e outras propriedades”.

Artaxo (2014) e Veiga (2017) destacam que esse acelerado processo de mudança, alicerçado na revolução tecnológica e no crescimento populacional, desencadeou grandes pressões no sistema da Terra e ambos citam a publicação do químico Will Steffen, revista em 2015, sobre os nove limites planetários que indicam riscos sistêmicos globais: 1) mudanças climáticas; 2) perda de ozônio estratosférico; 3) acidificação dos oceanos; 4) ciclos biogeoquímicos de nitrogênio e fósforo; 5) mudanças na integridade da biosfera associadas à perda de biodiversidade; 6) mudanças no uso do solo; 7) uso de recursos hídricos; 8) carga de partículas de aerossóis na atmosfera; 9) introdução de entidades novas e poluição química.

Se estamos ou não na Era do Antropoceno, o fato é que indiscutivelmente a presença do ser humano no planeta cresceu à passos largos nas últimas décadas e muitos processos e problemas decorrentes desse crescimento são facilmente observáveis, por exemplo, nas cidades. O rápido desenvolvimento desordenado de centros urbanos repercute no território graves problemas como a conversão de áreas verdes em áreas para a construção civil, problemas com escoamento de água da chuva, inundações e outras situações relacionadas à drenagem urbana, poluição decorrente da mobilidade baseada no uso individual de automóveis, problemas relacionados aos resíduos sólidos, dificuldades de abastecimento e de conservação de reservatórios de água, entre tantos desafios que o crescimento populacional e a ocupação acelerada das áreas urbanas têm evidenciado ao longo desse processo em muitos lugares.

No Brasil, a taxa de urbanização passou de 55,9% em 1970 para 84,3 % em 2010 sendo que esse período marcou a migração do campo para as cidades e também um grande crescimento da população brasileira que passou de 94,5 milhões para 190,7 milhões no mesmo período (IBGE, 2020). No cenário mundial a população passou de 1 bilhão de habitantes em 1800 para 7,5 bilhões em 2020 e até o final do século seremos aproximadamente 9,7 bilhões, o que poderá causar mudanças radicais no poder geopolítico global (SALAS, 2020). Nascimento (2012) destaca ainda outras implicações desse crescimento:

O modo de produção e consumo vigente traz em si ameaças que agem de forma independente desse evento, pois caso continuemos no ritmo de crescimento econômico dos últimos cem anos, teremos cerca de 120 milhões de pessoas por ano adentrando o mercado de consumo. Serão mais dois bilhões e meio em 2050. Há uma quase unanimidade hoje entre os cientistas de que os recursos naturais não serão suficientes para fornecer um modo de vida similar ao da classe média mundial a todos os novos ingressantes no mercado (NASCIMENTO, 2012, p. 58).

No campo das relações internacionais, Viola e Basso (2016) discutem a ideia de limites planetários no contexto geopolítico e o sistema internacional no Antropoceno argumentando que o desafio para o enfrentamento de tais circunstâncias não representam um desafio tecnológico, mas sim um desafio no campo político onde o debate sobre os problemas globais ganha perspectivas e significados distintos e as disputas de poder repercutem nas tomadas de decisão que dizem respeito à toda humanidade.

Os autores destacam as principais tendências de conflitos no cenário mundial e a incapacidade do regime internacional de buscar soluções que sejam eficientes para reparar as instabilidades materiais e humanas decorrentes dos riscos globais em curso, sendo que a “incerteza e complexidade dos problemas ambientais precisam ser incorporadas à matriz cognitiva dos internacionalistas” (VIOLA E BASSO, 2016, p. 8). Além disso, os autores refletem que o Antropoceno é resultado de escolhas humanas e essa situação, associada à grupos de interesse com poder econômico e político e mecanismos inerciais que buscam combater as ideias de mudança, dificulta que os esforços para lidar com os riscos ecossistêmicos sejam viabilizados.

Em perspectiva semelhante, Leff (2011, p. 418) destaca que o processo social que evidencia a crise ambiental do planeta “é resultado do desconhecimento da lei-limite da entropia, que desencadeou no imaginário econômico a ilusão de um crescimento sem limites, de uma produção infinita”, sendo assim um problema do conhecimento onde reside a necessidade de um “projeto de reconstrução social a partir do reconhecimento da diversidade e do encontro com a outridade” (Ibid., p. 419).

Apesar do consenso de grande parte da comunidade científica mundial sobre a questão ambiental e o cenário de emergência imposto pelas diferentes problemáticas que ela congrega, existem grupos e movimentos que desacreditam das evidências e colocam em xeque os avanços até agora conquistados. Assim, a questão da sustentabilidade, particularmente no que se refere à dimensão ambiental, encontra-se na encruzilhada entre a emergência e a negação, entre a evidência e o absurdo. Leff (2011, p. 23) reflete sobre essa condição afirmando que “a fatalidade de nosso tempo se expressa na negação das causas da

crise socioambiental e nessa obsessão pelo crescimento que se manifesta na ultrapassagem dos fins da racionalidade econômica”.

O cenário da política brasileira atual é exemplo desse processo de disputa, onde as evidências científicas e até pressões internacionais não têm sido suficientes para construir cenários de mudanças que dialoguem com os problemas ambientais do país. Em 2020 foi vetada a participação do Brasil na Cúpula do Clima, em função do país não ter batido as metas de redução de emissão de gases do efeito estufa estabelecidos no Acordo de Paris, sendo esse acontecimento noticiado em alguns veículos como um problema diplomático (CHADE, 2020).

Em entrevista à BBC Brasil (2019), o pesquisador Paulo Artaxo, citado como um dos 12 brasileiros que fazem parte dos 4.000 cientistas mais influentes do mundo, fala sobre o desmonte das estruturas de fiscalização e de legislação ambiental no atual governo assim como a aceleração das taxas de desmatamento na Amazônia que pode levar a um quadro irreversível considerando que o bioma já perdeu cerca de 20% da sua cobertura original. Artaxo explica que "reduzir o desmatamento é uma questão absolutamente crucial para a estabilidade do clima do planeta, assim como reduzir as emissões de combustíveis fósseis dos países desenvolvidos" e que somente a pressão internacional pode incidir em alguma mudança. O pesquisador ainda comenta sobre a acelerada aprovação de mais 250 novos tipos de agrotóxicos nos primeiros seis meses do governo, sendo que alguns destes são proibidos em outros países em função da nocividade que apresentam (MOTA, 2019).

A posição do governo tem refletido ações que vão na contramão do que as principais potências mundiais têm pautado como urgência na tratativa das questões ambientais. A perspectiva de desmonte da agenda ambiental brasileira, desde o início de 2019, passa por diversos temas e polêmicas como o Fundo Amazônia, intervenções na Funai (Fundação Nacional do Índio) que trata da proteção dos povos originários e também de questões relativas a demarcações de terras, intervenções no INPE (Instituto de Pesquisas Espaciais) que monitora o desmatamento, no CONAMA (Conselho Nacional do Meio Ambiente) que é um órgão de interlocução com a sociedade civil de caráter consultivo, redução de recursos destinados ao Observatório do Clima, reestruturação dos órgãos fiscalizadores e cortes nos orçamentos do ICMBio (Instituto Chico Mendes de Conservação e Biodiversidade) e IBAMA (Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis), revisão das áreas de conservação e privatização de unidades protegidas, anistia à multas ambientais aplicadas, entre outras ações que marcam a posição assumida pelo governo em relação ao meio ambiente e que podem fragilizar a agenda ambiental brasileira e comprometer negócios

internacionais, exportações e também a imagem do país (CONGRESSO EM FOCO, 2019; GREENPEACE, 2020).

No cenário internacional, Artaxo destaca que atualmente as questões ambientais e econômicas andam juntas, já que é cada vez mais evidente suas imbricações. Nesse sentido, o cenário se mostra promissor considerando alguns movimentos, como o grupo de 477 investidores, administradores de um patrimônio de 34 trilhões de dólares, que assinou uma carta aberta aos governos nacionais pressionando por medidas concretas previstas no Acordo de Paris. Isso, obviamente se explica não por benevolência, mas pelo entendimento da incidência dos problemas ambientais sobre o lucro (MOTA, 2019).

Essa visada fica mais clara quando observado o relatório do Fórum Econômico Mundial que anualmente aponta os dez maiores riscos que refletem pontos de atenção para governos e mercados em cinco categorias: econômicos, geopolíticos, ambientais, sociais e tecnológicos. Em 2020 aconteceu a 15ª edição do Fórum e, pela primeira vez, cinco riscos ambientais encabeçam a lista, sendo eles: 1) Eventos climáticos extremos; 2) Deficiência nas respostas climáticas; 3) Desastres naturais, como terremotos e tsunamis; 4) Perda de biodiversidade e esgotamento de recursos naturais; 5) Desastres ambientais causados pelo ser humano. O Relatório de Riscos Globais (2020, p. 6) aponta também que existe risco de conflito no momento atual de instabilidade e que “se as partes interessadas se concentrarem na vantagem geoestratégica imediata e não reimaginarem ou adaptarem os mecanismos de coordenação [...] oportunidades de ação relacionadas às principais prioridades poderão ser perdidas”.

O Relatório de Riscos Globais (2020) também discorre sobre o aumento do nacionalismo, os confrontos econômicos e a polarização política como riscos para a estabilidade econômica e para a coesão social que dificultarão o enfrentamento dos riscos globais. Alinhado à essa preocupação, Viola e Basso (2017, p. 9) argumentam sobre a necessidade de se colocar os interesses coletivos acima dos benefícios individuais de curto prazo e que os interesses nacionais não podem avançar deslocados da realidade global já que “na mitigação da ultrapassagem das fronteiras planetárias, é importante observar as peculiaridades que envolvem os incentivos e a distribuição de poder político, que tornam a definição do interesse nacional nessas questões um problema triplamente desafiador”.

As reflexões desencadeadas pela ideia do Antropoceno permitem, como foi articulado, diversas associações com a questão da sustentabilidade, em especial com as questões ambientais fundantes do conceito e de onde derivam as demais dimensões que são problematizadas (econômica, social, cultural, territorial, política), o que demonstra a

pluralidade de atravessamentos que compõe a dinâmica de seus contextos de modo que as disputas não se esgotam em novas definições. Assim, talvez continue existindo a necessidade de forjar outras significações para o conceito de sustentabilidade que permitam ampliar seu entendimento de maneira crítica, considerando o contexto social e suas demandas.

Além das dissimetrias e desigualdades de uma economia ecologizada, o conflito ambiental coloca em jogo a construção de *paradigmas alternativos de desenvolvimento*. Para isto será necessário criar os conceitos que permitam apreender os processos que orientam a construção dessa racionalidade ambiental, diante da globalização econômico-ecológica, baseada em princípios de equidade sociais, diversidade cultural e sustentabilidade ecológica. Isto implica novos princípios de valorização da natureza, novas estratégias de reapropriação dos processos produtivos e novos sentidos que mobilizem e reorganizem a sociedade” (LEFF, 2011, p. 75).

A mobilização de novos sentidos que reorganizem a sociedade é uma ideia que pode ter relações com as tendências econômicas de valorização da natureza e das novas nomenclaturas que cruzam o campo da sustentabilidade como economia verde, economia circular, economia colaborativa, bioeconomia e as crescentes discussões que se inserem nesse contexto de mudança que trata da redefinição do capitalismo. O objetivo aqui não é aprofundar tal questão, mas registrar que a capacidade do sistema em se perpetuar da forma como conhecemos hoje é mais questionável do que nunca.

Não à toa que têm surgido conceitos como o capitalismo de *stakeholders*, baseado no conceito de capitalismo consciente, definido pelo fundador e diretor executivo do Fórum Econômico Mundial de Davos, Klaus Schwab, como aquele capaz de garantir a preservação e a resiliência de longo prazo da empresa, e a integração da empresa na sociedade (SCHWAB, 2020). Existe também nesse cenário um crescimento de investimentos em negócios sociais e sustentáveis que atendam os padrões ASG (ambientais, sociais e de governança), a submissão de mercados globais à agenda verde, o promissor mercado de carbono e o aumento de consumidores atentos às práticas sustentáveis promovidas pelos diversos tipos de organizações.

Além disso, existe a perspectiva de uma recuperação verde da economia considerando a emergência de mudanças que a pandemia Covid-19 impôs para as sociedades. Nesse sentido, muitas pautas têm destacado a necessidade de mudar a forma de fazer negócios, a urgência de construir e ampliar a consciência social e ambiental e o papel da iniciativa privada nesse processo, a promoção de ações que possam ser potencializadas pelo caráter

disruptivo da pandemia, a mudança no comportamento das organizações no que se refere à responsabilidade social, a Agenda 2030 como norteadora de mudanças e a sustentabilidade como caminho para superação dos problemas globais (AGÊNCIA O GLOBO, 2020; JORNAL DA USP, 2020; VALOR ECONÔMICO, 2020; SDSN, 2020).

Mais uma vez, a questão ambiental desponta como promessa e como alternativa para o enfrentamento de questões prementes, que, diferentemente do que ocorreu na década de 70 com a intensificação do debate sobre consequências ambientais, hoje talvez esteja mais claro que temos elementos suficientemente contundentes para não desacreditar sua importância. No entanto, os novos sentidos que estão em circulação não necessariamente podem conduzir a um paradigma alternativo de desenvolvimento, como reflete Leff, já que as definições emergentes parecem oferecer uma tentativa de solidarizar o capitalismo invés de ressignificar, de fato, as engrenagens que o movimentam. O fato é que um movimento internacional de investidores pressionando ações concretas de mitigação de impactos ambientais é um exemplo que sinaliza uma mudança nas organizações globais que se veem obrigadas a inserir cada vez mais a temática da sustentabilidade em suas práticas, processos e discursos.

Diante tal necessidade é comum que as organizações busquem direções que possibilitem equacionar a geração de lucro com as demandas do mercado e da sociedade. Assim, pretende-se discutir no próximo tópico sobre a implementação dos ODS como estratégia de mudança para as organizações, refletindo sobre seus limites, potencialidades e desafios.

2.3 A instrumentalização da sustentabilidade nas organizações e o contexto atual da Agenda 2030 e dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS)

A formulação dos ODS e sua apropriação por parte das organizações é fruto de uma discussão que passa por dois pontos principais: a internalização de aspectos socioambientais pelas empresas e a instrumentalização da sustentabilidade nesses espaços. Essa discussão é atravessada por um contexto histórico que envolve o despertar de um tipo de racionalidade ambiental e a percepção sobre o papel das organizações na sociedade. Tais ideias incidem sobre o conceito de sustentabilidade e de responsabilidade social empresarial (RSE) onde a busca por significar esses termos é permeada por disputas e por diferentes apropriações ao longo dos eventos que marcaram seu reconhecimento. Considera-se também que a RSE muitas vezes é confundida com a noção de sustentabilidade, assim como outras formas de

instrumentalização que possuem a prerrogativa de internalizar questões socioambientais nas organizações.

Diante disso, para discutir e problematizar a inserção dos ODS no contexto organizacional, é importante compreender o percurso que marca a forma das organizações sinalizarem suas estratégias de mudança que, para a autora deste trabalho, relaciona-se com o desenvolvimento do conceito de sustentabilidade, associado à concepção de uma racionalidade ambiental capaz de promover mudanças paradigmáticas, e o desenvolvimento do tema da RSE, associado à internalização de aspectos socioambientais nas práticas e nos discursos organizacionais que, embora contribuam para a promoção de mudanças positivas, não são suficientes para gerar uma mudança paradigmática.

Considerando a construção do conceito de sustentabilidade ancorado na dimensão ambiental, que posteriormente extrapola para as demais dimensões, e também o balizamento de interesses sociais e organizacionais em um cenário marcado por externalidades e violências intensificadas pelo modo de produção e exploração atuais, pretende-se contextualizar os encontros entre sustentabilidade, cujo percurso já foi brevemente apontado, com o percurso da RSE e dos ODS. O objetivo é dar mais amplitude para as relações intrínsecas entre os termos tendo em vista o contexto da instrumentalização da mudança nas organizações e os vários modelos resultantes desse processo.

Faria e Sauerbronn (2008) discutem o percurso histórico da RSE, analisando o tema a partir da área da estratégia. Para os autores, é fundamental compreender a importância social e política das grandes corporações na era da globalização, especialmente nos países menos desenvolvidos, sendo que “esse fenômeno está fortemente relacionado não somente a escândalos corporativos, mas também ao crescente poder das grandes corporações, inclusive nos âmbitos das políticas públicas e dos sistemas de regulação”, de modo que essa abordagem oferece caminhos para repensar a questão da RSE de modo mais crítico. Ao relacionar a RSE com a área de estratégia e com o contexto das normas e certificações que se desenvolveram paralelamente, os autores esclarecem, através de publicações sobre o tema, que tal aproximação é marcada pela ideia de que “as práticas de estratégia corporativa social devem contemplar não somente questões sociais ou éticas, mas principalmente a participação da corporação na arena política” (FARIA; SAUERBRONN, 2008, p. 17).

Segundo os autores, os pressupostos que ancoram o tema da RSE se baseiam em três abordagens teóricas que norteiam seu desenvolvimento: a abordagem normativa que está no campo da ética e “se baseia no argumento de que as atividades empresariais estão sujeitas ao julgamento moral” (Ibid., p. 18); a abordagem contratual que possui enfoque sociopolítico e

tem a sociedade em primeiro plano e não apenas como recipiente das ações empresariais, sendo que tal abordagem privilegia “os interesses dos diferentes grupos de atores sociais com os quais a empresa interage e os conflitos e disputas de poder correspondentes” (Ibid., p. 19); a abordagem estratégica que tem seu foco principal na “produção de ferramentas de gestão que sejam capazes de melhorar o desempenho social e ético das empresas” visando minimizar riscos, o que acaba por imprimir ao termo uma perspectiva utilitária baseada no potencial de performance organizacional (Ibid., p. 20).

As abordagens da RSE se desenvolveram na medida que o tema passa a ser refletido à luz dos problemas sociais e das interações decorrentes de tais encontros:

[...] os elementos da responsabilidade social refletem as expectativas da sociedade em um momento específico, sendo, portanto, passíveis de mudança. Conforme as preocupações da sociedade mudam, suas expectativas em relação a organizações também mudam para refletir essas preocupações (ISO 26000, 2010, p. 5).

Contextualizando o surgimento da RSE e suas concepções ao longo do tempo, destaca-se inicialmente que o termo desponta em um cenário marcado pela desilusão com o liberalismo econômico após a quebra da bolsa de Nova Iorque (1929), onde a insatisfação com o sistema econômico era crescente. Conceitos baseados na filantropia e manifestações paternalistas ajudaram a construir o termo que estava associado à “obrigação de produzir bens e serviços úteis, gerar lucros, criar empregos e garantir segurança no trabalho” (FARIA; SAUERBRONN, 2008, p. 14) sendo que a ética empresarial estava concentrada nos valores do indivíduo e não nos valores da organização.

Na década de 1960 ocorreram mobilizações da sociedade motivadas por questões sociais (desigualdade, racismo, gênero), trabalhistas (empregos) e também por pressões ao sistema empresarial em questões relacionadas à exploração da natureza e seus impactos, sendo considerado um período de rebelião cultural que trouxe muitos questionamentos sobre valores e crenças alicerçados na sociedade, representando também um momento que o debate ambiental ganha força e passa a influenciar o delineamento da noção de RSE.

Na década de 1970 o termo começa a se distanciar da filantropia e da centralidade do indivíduo e passa a ser incorporado no campo organizacional, especialmente em relação às estratégias, processos e estruturas. As organizações passam “a responder obrigações mais amplas que a mera rentabilidade” (FARIA; SAUERBRONN, 2008, p. 15). Vários acontecimentos e movimentos políticos e econômicos mundiais foram essenciais para os desdobramentos acerca da construção da RSE como, por exemplo, a já citada publicação do

Clube de Roma “Os Limites do Crescimento” e as novas tecnologias de informação na década de 1980 que impulsionaram a globalização, a transformação do sistema financeiro e o surgimento de redes corporativas transnacionais onde “graças às novas tecnologias de produção, distribuição, comunicação e informação, a produção se descentraliza drasticamente” (Ibid., p. 16).

Os autores também argumentam que o período dos anos de 1980 é marcado pela ascensão de governos de direita, pela liberalização do comércio internacional, aumento do poder global das corporações e a intensificação de investimentos, muitos destes “impulsionados pelo histórico interesse de deslocar atividades tidas como socialmente indesejáveis nos EUA e na Europa para países menos desenvolvidos” (Ibid., p. 16). Essa visada também nos ajuda a pensar sobre a questão das externalidades e violências comentadas no tópico anterior a partir de Santos (2001), Goebel (2010) e Leff (2011) no contexto da distribuição de dívidas sociais e ecológicas entre países do Norte e do Sul.

Na década de 1990 acontece a RIO-92 sendo que uma das contribuições para a RSE foi a reflexão sobre um novo estilo de desenvolvimento e uma nova ética, de maneira a superar o economicismo. Como resultado da Conferência têm-se também a adoção da Agenda 21 que foi um marco do encontro, pois sobre ela incide uma decisão histórica por ser “a primeira carta de intenções para promover, em escala planetária, um novo padrão de desenvolvimento para o século XXI” (AGENDA 2030, 2020). Mais adiante, documentos como a Declaração do Rio sobre Meio ambiente e Desenvolvimento (1992), a Declaração da Organização Internacional do Trabalho (OIT) sobre os Princípios e Direitos Fundamentais no Trabalho (1998), a Declaração dos Objetivos de Desenvolvimento do Milênio (2000), a Declaração de Joanesburgo sobre Desenvolvimento Sustentável (2002), dão mais ênfase para essa interdependência mundial (ISO 26000, 2010).

Para Irving (2014, p. 27), a Conferência de Joanesburgo, também chamada de Rio+10, representa um momento onde “o setor corporativo passa a se envolver mais diretamente no debate, o que se materializa por um movimento em busca do que foi denominado de “ação sustentável”, associada às estratégias de economia nos processos produtivos e à busca de imagens positivadas no mercado”.

Nos anos 2000 a ONU cria o Pacto Global como uma iniciativa para encorajar empresas a adotar políticas de responsabilidade social corporativa e sustentabilidade. Os esforços do Pacto compreendem a articulação de 10 princípios nas áreas de Direitos Humanos, Trabalho, Meio Ambiente e Anticorrupção sendo que nos dias de hoje o Pacto Global tornou-se “a maior iniciativa de sustentabilidade corporativa do mundo, com cerca de 14 mil

membros em 70 redes locais, que abrangem 160 países”, segundo consta no site institucional do Pacto Global (ONU, 2020). Essa nova reconfiguração de temas que o Pacto Global passa a reunir é parte de um processo histórico que permitiu ampliar o olhar sobre os problemas do mundo. Irving (2014) contribui para pensarmos essa mudança:

[...] embora, em um primeiro momento, o protagonismo do movimento ambientalista tenha trazido para a cena principal a temática ambiental associada ao desenvolvimento, e, em um segundo momento, os interesses do setor corporativo tenham passado a figurar na centralidade do debate, a partir de 2000, novos temas e prioridades são também incorporados à reflexão, pela via das demandas sociais (IRVING, 2014, p. 27).

Em 2012 é realizada a Conferência Rio+20 “O Futuro que Queremos”, sendo que os avanços das discussões sobre o tema da RSE ressaltaram a importância dos relatórios de sustentabilidade corporativa para oferecer transparência aos processos comunicacionais das empresas e para pressionar governos e a bolsa de valores como instrumentos para legitimar essa transparência. Também durante a Rio+20 foram estabelecidos mandatos para que os Estados Membros da ONU construíssem coletivamente o conjunto de objetivos e metas da Agenda 2030, ampliando a experiência dos Objetivos do Milênio.

Apesar da Rio+20 ter representado um delineamento prévio do que seria os ODS, o relatório da conferência sofreu muitas críticas por omissões e poucos avanços, como destaca Irving (2014) ao argumentar que o documento originado na Conferência, intitulado “A visão Comum”, reconhece o compromisso global com o desenvolvimento sustentável e que a pobreza é o maior desafio global, mas ironicamente o cenário se qualifica no contexto de um campo de forças contrárias que expõe ao mesmo tempo aumento populacional e um quadro de escassez de recursos. Sobre o relatório a autora indaga:

Mas em que medida as populações humanas estarão no centro do debate em um contexto de mercado e segundo a lógica da economia verde, que tende a reafirmar uma perspectiva equivocada de que os problemas do desenvolvimento podem ser equacionados apenas por meio do desenvolvimento tecnológico ou com estratégias de valoração econômica da natureza? (IRVING, 2014, p. 31).

Sem resolver essas contradições históricas, em 2015 foi lançada a Agenda de Ação de Adis Abeba como foco em fornecer incentivos para o investimento em áreas de necessidades globais, alinhando os fluxos de financiamento às políticas com prioridades econômicas, sociais e ambientais. No mesmo ano acontece a 21ª Conferência das Partes

(COP21) da UNFCC (*United Nations Framework Convention on Climate Change* - Convenção-Quadro das Nações Unidas sobre a Mudança do Clima). A conferência que ficou conhecida como “Acordo de Paris” teve o objetivo de fortalecer a resposta global à mudança climática e de reforçar a capacidade dos países para lidar com os impactos decorrentes dessas mudanças.

A formalização da Agenda 2030 também acontece em 2015, com a participação de 193 países e a adoção do documento “Transformando o Nosso Mundo: A Agenda 2030 para o Desenvolvimento Sustentável”, cujos compromissos recaem sobre a necessidade de medidas ousadas para promover mudanças. A agenda é um plano de ação com foco em 5 princípios, conhecidos como 5Ps: Pessoas, Planeta, Prosperidade, Paz e Parcerias. Esses princípios norteiam os 17 objetivos da Agenda 2030, conforme ilustra a Figura 2, que conta com 169 metas a serem desenvolvidas nos contextos social, econômico e ambiental, cujos compromissos espalham-se pelas esferas públicas e privadas em escala global, sendo que a Agenda se apresenta como um guia para as ações da comunidade internacional (AGENDA 2030, 2020).

Figura 2. Os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável



Fonte: ONU, 2020.

Sobre a instrumentalização da sustentabilidade no contexto dos ODS, destaca-se o Guia dos ODS para as Empresas (CEBDS, 2015), organizado pelo Pacto Global (ONU), pelo

Conselho Empresarial Mundial para o Desenvolvimento Sustentável (CEBDS) / *World Business Council For Sustainable Development* (WBCSD) e pela *Global Reporting Initiative* (GRI). O Guia traz diretrizes para implementação dos ODS na estratégia dos negócios em 5 passos: 1) Compreensão dos ODS para internalização dos objetivos nas empresas; 2) Definição de prioridades a partir do mapeamento dos impactos na cadeia de valor, seleção de metas e coleta de dados; 3) Estabelecimento de metas através de definição de escopo e dos Indicadores-chave de desempenho (KPI - *Key Performance Indicator*), determinando o nível de ambição da empresa e o anúncio de compromisso com os ODS; 4) Integração através da incorporação da sustentabilidade em todas as funções da empresa além desenvolvimento de parcerias; 5) Relato e Comunicação sobre as contribuições efetivas das empresas para os ODS.

Outras iniciativas que incidem em modelos processuais para internalização da sustentabilidade e da RSE nas organizações merecem destaque:

1) O Instituto Ethos, criado em 1998 com a “missão de mobilizar, sensibilizar e ajudar as empresas a gerir seus negócios de forma socialmente responsável, tornando-as parceiras na construção de uma sociedade sustentável e justa”, disponibilizando ferramentas de gestão, banco de práticas, guia de elaboração de balanços sociais, indicadores Ethos de Responsabilidade Social Empresarial e Indicadores Ethos Setoriais de Responsabilidade Social Empresarial. Atualmente mais de 500 empresas são associadas ao instituto para receber apoio na implementação de suas agendas (INSTITUTO ETHOS, 2020);

2) A ISO 14000 foi inicialmente lançada em 1996 e seu foco é a dimensão ambiental da sustentabilidade e tem como objetivos o gerenciamento de atividades de impacto ambiental e a avaliação do desempenho ambiental visando prover uma normatização para definição de um sistema de gestão ambiental (SGA). A norma se baseia na metodologia PDCA (*Plan, Do, Check, Act* / Planejar, Executar, Verificar, Agir) sendo que sua implementação depende do comprometimento em todos os níveis da organização para demonstrar conformidade e o atendimento aos requisitos de gestão. Contém em seu escopo os seguintes elementos: definição de política ambiental; identificação de aspectos ambientais e impactos negativos; identificação de requisitos legais; estabelecimento de objetivos e metas que suportem a política ambiental; elaboração de programa de gerenciamento ambiental; definição de papéis, responsabilidades e autoridade; treinamento e conscientização dos procedimentos; processo de comunicação do sistema de gerenciamento ambiental com todas as partes interessadas; organização documental; procedimentos de controle operacional; procedimentos para emergências; procedimentos para monitorar e medir as operações que tem um significativo impacto ambiental; procedimentos para corrigir não conformidades;

procedimentos para gerenciamento dos registros; programa de auditorias interna e ação corretiva; procedimentos de revisão do sistema pela alta administração (ABNT, 2004).

3) A ISO 26000 surge de uma proposta de análise de viabilidade da norma em 2001 e três anos mais tarde é realizada uma conferência para elaboração da norma. Em decisão histórica, o Brasil e a Suécia, por meio de seus organismos de normalização, a Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT) e o Instituto Sueco de Normalização (SIS), foram eleitos para presidir o grupo de trabalho encarregado de elaborar a Norma Internacional de Responsabilidade Social. Foram 5 anos de trabalho e a participação de 450 especialistas de 99 países, com publicação em 1º de novembro de 2010 (INMETRO, 20?). É uma norma de diretrizes, sem o propósito de certificação, aplicável a todos os tipos e portes de organizações (pequenas, médias e grandes) e de todos os setores (governo, ONGs e empresas privadas). Os princípios de Responsabilidade Social apresentados através da ISO 26000 são: *Accountability* (prestação de contas pelos impactos sociais e ambientais); Transparência; Comportamento ético; Respeito pelos interesses das partes interessadas (*Stakeholders*); Respeito pelo Estado de direito; Respeito pelas normas internacionais de comportamento; Respeito pelos direitos humanos. Já os temas centrais elencados na norma referem-se à: Governança organizacional; Direitos humanos; Práticas de trabalho; Meio ambiente; Práticas leais de operação; Questões relativas ao consumidor; Envolvimento e desenvolvimento da comunidade.

A responsabilidade social se expressa pelo desejo e pelo propósito das organizações em incorporarem considerações socioambientais em seus processos decisórios e a responsabilizar-se pelos impactos de suas decisões e atividades na sociedade e no meio ambiente. Isso implica um comportamento ético e transparente que contribua para o desenvolvimento sustentável, que esteja em conformidade com as leis aplicáveis e seja consistente com as normas internacionais de comportamento. Também implica que a responsabilidade social esteja integrada em toda a organização, seja praticada em suas relações e leve em conta os interesses das partes interessadas (INMETRO, 20?).

4) O movimento denominado “Empresas B” surge em 2006 no Canadá e Estados Unidos com o objetivo de redefinir o significado de sucesso das empresas, através de uma certificação para empresas que geram impactos sociais e ambientais a partir dos produtos e serviços que comercializam. Em 2016 o movimento já era considerado global, atingindo a Europa Continental, Reino Unido, África Lusófona e Austrália. Atualmente são mais 3.500 empresas certificadas no mundo, sendo mais de 600 na América Latina e mais de 180 no Brasil, segundo o site institucional do Sistema B. Sua filosofia se apoia na ideia que o êxito da

economia é medido através do bem-estar das pessoas, da sociedade e da natureza, baseado em uma ética que inspirem soluções coletivas que possam criar valor integral para o mundo, através de formas de organização econômica de curto e longo prazo. O Sistema B aponta algumas questões que norteiam sua atuação: “*¿Qué sentido tiene una economía que crece financieramente y que por su misma naturaleza genera inequidad creciente, acaba el agua y otros recursos de la Tierra, profundiza el individualismo y la exclusión de miles de personas?*” (SISTEMA B, 2020). Segundo Rodrigues (2016), a certificação do Sistema B tem como objetivo:

[...] estabelecer padrões comuns e distinguir empresas comprometidas com a responsabilidade socioambiental, daquelas que utilizam o tema apenas como mecanismo de promoção de marketing (Certificação B Corporation ou B Corp) e criar uma comunidade de empresas do bem. São empresas certificadas que mantêm o foco na geração de lucro, mas buscam também gerar impactos sociais mensuráveis e verificáveis por meio de avaliação de impacto (B-Impact Assessment) (RODRIGUES, 2016, p. 73).

Esse breve retrospecto contextualiza a questão da responsabilidade nas empresas que passam a dispor de diferentes instrumentos e visões sobre como promover a sustentabilidade organizacional diante da transformação dos contextos sociais e das incertezas a que estão sujeitas. Desde que o debate ambiental ganhou força na década de 1960, marcado pela obra de Rachel Carson, até a publicação dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável, vários esforços foram realizados através de reuniões internacionais, pesquisas científicas, conferências, fóruns, elaboração de documentos de recomendação e outras iniciativas, incidindo na formulação de políticas e agendamentos em escala global, na criação de legislação e fiscalização, em novas estratégias para produção, comercialização e consumo, entre outras ações que buscam integrar a prosperidade dos negócios e a solução dos problemas globais.

Contraopondo-se a esses desejos, a pandemia Covid-19⁵ escancarou a questão da sustentabilidade em todas as suas dimensões (social, ambiental, econômica) frente os limites do planeta em abrigar a vida como conhecemos. No contexto atual, o modo de vida imposto pela necessidade de distanciamento social acelerou mudanças latentes no mundo do trabalho,

⁵ A pandemia Covid-19 teve início com identificação do vírus SARS-CoV-2 em Wuhan na China em dezembro de 2019. Embora sua origem ainda não esteja totalmente esclarecida, o vírus se espalhou rapidamente pelo planeta e mais de 220 milhões de pessoas foram infectadas, causando mais de 5 milhões de mortes. O Brasil registrou o primeiro caso de covid em 03/02/2020 e desde então o número de infectados ultrapassa 23 milhões, sendo mais de 620 mil mortes (Dados de dezembro/2021).

na educação formal, nas relações de consumo, reconfigurou as práticas de lazer, entretenimento, convívio social entre tantas transformações provocadas na sociedade e nas interações humanas por este novo cenário que se popularizou como o “o novo normal”. Por outro lado, esse contexto também marca a discussão sobre o balizamento dos interesses sociais e organizacionais em um mundo complexo onde um evento de ordem biológica, como a pandemia, pôde evidenciar uma externalidade de proporção global, cujas violências debruçaram-se de modos muito distintos sobre os diversos grupos sociais.

Em reportagem de maio/2020 o Jornal da USP publicou uma matéria refletindo que os impactos da pandemia no Brasil seriam menores se o país tivesse avançado na Agenda 2030, por exemplo no que diz respeito ao acesso à serviços básicos, como água potável e saneamento, que são determinantes para enfrentar o quadro de desigualdade do país. A partir de dados do Sistema de Informação sobre Saneamento (SNIS) de 2018, a reportagem destaca a discrepância entre as regiões brasileiras sendo que “no Sudeste, cerca de 90,3% têm acesso à água e 79,2% ao tratamento de resíduos [...] já no Norte do Brasil, pouco mais da metade dos brasileiros, 57,6%, conta com recursos hídricos e 10,5%, com tratamento de resíduos” (FERREIRA, 2020).

A questão da desigualdade no contexto da pandemia escancarou problemas estruturais enraizados na dinâmica social e fez com que a questão da responsabilidade social mobilizasse empresas em todo o mundo na colaboração com governos e comunidades no enfrentamento da doença. Sobre essa mobilização, Klaus Schwab, fundador e diretor executivo do Fórum Econômico Mundial (FEM) afirma que a crise econômica induzida pela pandemia diferenciou as empresas que estão realmente inseridas no modelo de *stakeholders* daquelas que só defendem o modelo em seus discursos. Para Schwab, as empresas que “integraram um modelo de *stakeholders* podem simplesmente ter mais condições para ajudar durante esta crise, pois o seu modelo de negócio é mais robusto, e as suas alianças com as demais partes interessadas [...] são mais fortes” de modo que a visão compartilhada pelo fundador do FEM é que o momento “exige que todos os intervenientes sociais se reorientem temporariamente para dar a resposta necessária à emergência” e que as empresas capazes de tal mobilização são as que praticam o capitalismo de *stakeholders* e que estão orientadas para a prosperidade de longo prazo (SCHWAB, 2020).

A comunicação dessa “nova agenda” econômica repercutiu uma miríade discursiva após a realização do FEM 2020, sendo possível encontrar várias colunas de opinião nos principais veículos jornalísticos sobre os temas, escritos por pessoas associadas a institutos, organizações não-governamentais, instituições de investimentos, certificadoras, entre outros

grupos. Uma das matérias que repercutiram a fala de Schwab trouxe uma definição de capitalismo consciente com base em cinco pressupostos: o lucro deve ser consequência do valor gerado para o ecossistema; toda empresa deve ter um propósito onde a liderança deve ser ecocêntrica; a interdependência é fator chave para as empresas; a empresa deve gerar valores além do financeiro, ou seja, valores sociais, emocionais, ambientais; toda empresa precisa de uma cultura responsável que perpetue a intenção de melhorar o mundo (ECKSCHMIDT, 2020).

A Rede Brasil do Pacto Global da ONU tem promovido notícias em diversos veículos sobre a necessidade de reafirmação do compromisso com a Agenda 2030 por parte das organizações e dos governos nacionais, inclusive com engajamento da campanha #NãoVolte que se trata de uma iniciativa para que o mundo não volte ao que era antes da pandemia já que a normalidade que vivíamos contribuiu para que a emergência global se estabelecesse. Nesse sentido, a Agenda é ressaltada como “um caminho para resolver os grandes problemas da humanidade e promover o desenvolvimento sustentável do ponto de vista social, econômico e ambiental” e que se por um lado houve poucos avanços efetivos desde a sua aprovação em 2015, por outro “a gigantesca crise provocada pela pandemia mostra a pertinência e urgência desse chamado”. A campanha também convoca empresas “a colocarem seus recursos e sua capacidade de inovação a serviço de uma retomada econômica sustentável pós-COVID”, visando uma transformação que demanda engajamento permanente e concreto das organizações (CAETANO, 2020).

Além da relevância da pandemia para o debate econômico e financeiro no contexto mundial, outro tema também passou a ser fortemente vinculado aos desafios globais já que a Agenda 2030 e a implementação dos ODS têm gerado muitas discussões frente as mudanças ocasionadas neste cenário. Em 2020, a Conferência da Rede de Soluções de Desenvolvimento Sustentável Brasil, pertencente à *United Nations Sustainable Development Solutions Network* (UNSDSN) concentrou discussões sobre o impacto da pandemia e os desafios impostos ao andamento de ações para alcance dos ODS. Jeffrey Sachs, diretor da SDSN, destacou que a Agenda pode contribuir na orientação de medidas para restabelecer a economia associadas às melhorias previstas através da implementação dos objetivos por ela estabelecidos (SDSN, 2020). Marina Grossi, presidente do CEBDS, enfatizou que a pandemia escancarou as desigualdades sociais e tornou urgente a discussão sobre o futuro do trabalho, da liderança e do capitalismo e outro destaque trazido pela Conferência foi a necessidade de novas métricas de desenvolvimento humano capazes de mensurar outros indicadores para além do Produto

Interno Bruto (PIB) considerando a necessidade de ampliar a visada sobre bem-estar e qualidade de vida (SDSN, 2020).

Sobre isso, Irving (2014, p. 28) destaca que “a noção de Produto Interno Bruto (PIB), medida oficial e amplamente aceita no plano global para aferir desenvolvimento e progresso de um determinado país, não é capaz de avaliar o estado de felicidade e bem-estar em sociedade” sendo que tal reconhecimento já é debatido desde 2011 quando ocorreu a 65ª Assembleia Geral das Nações Unidas que discutiu, entre outros assuntos, os esforços necessários aos Objetivos do Milênio com ênfase em questões como o acesso à água, saneamento e outros (ONU, 2015).

Afim de pontuar um esclarecimento importante, toma-se como exemplo essa discussão sobre a avaliação da qualidade social, desenvolvimento humano e a necessidade de outros indicadores para além do PIB. Esse é um assunto estudado por diversos cientistas (políticos, sociais, economistas e outros como, por exemplo, o já citado José Eli da Veiga). No entanto, o que se faz necessário destacar é que esse e outros temas apresentados ao longo dessa seção são marcados por interesses e visões discursivas que não se equivalem, ainda que alicercem posições semelhantes. Outros conceitos discutidos, como sustentabilidade, responsabilidade social, os ODS e a Agenda 2030, foram tensionados a partir de referências acadêmicas e de algumas visões empresariais trazidas para ampliar a discussão proposta. Porém, é importante destacar que a trajetória desses conhecimentos são distintas e que, embora possam assemelhar-se em sua perspectiva teórica ou prática, a condução de seus percursos investigativos não são os mesmos além de serem movidos por objetivos diferentes. Ressalta-se ainda que o debate acerca da Agenda 2030 é relativamente recente e parte das informações disponíveis sobre o tema circulam nos ambientes empresariais. Entretanto, progressivamente as pesquisas acadêmicas também estão se aprofundando nessa discussão, trazendo questionamentos e ampliando seu entendimento para além da lógica empresarial.

Visando compreender melhor o contexto atual da Agenda 2030 apresenta-se a seguir um breve panorama à luz das mudanças governamentais que marcam seu desenvolvimento e condução no cenário brasileiro, assim como a consolidação das metas estabelecidas para os diferentes ODS.

Em dezembro/2019 o governo sancionou o Plano Plurianual brasileiro (2020-2023), o qual estabelece diretrizes, objetivos e metas do país para o período, com veto ao artigo que incluía “a persecução das metas de desenvolvimento sustentável” da ONU, extinguindo também a Comissão Nacional para os ODS (CNODS) (ZAIA, 2019). A CNODS foi criada em 2016 com a finalidade de internalizar, difundir e dar transparência ao processo de

implementação da Agenda 2030, extinta por meio de decreto em 2019, visando a criação de um processo governamental de adaptação das metas estabelecidas pela ONU às prioridades do Brasil, distribuindo as funções da CNODS para a Secretaria Especial de Articulação Social (SEAS) vinculada à Secretaria de Governo da Presidência da República (SEGOV-PR) (SITE DO PLANALTO, 2017).

Segundo o IV Relatório Luz, a CNODS representava uma comissão de natureza consultiva e paritária articulando entes federativos e a sociedade civil para implementação e fomento dos ODS, tendo sido considerada um modelo para outras comissões do mundo, de modo que sua extinção acabou impactando mais de 500 órgãos colegiados (GTAGENDA 2030, 2020). O Relatório Luz da Sociedade Civil sobre a Agenda 2030 é realizado para acompanhar a implementação de metas no Brasil, sendo formado por uma coalização que reúne 51 organizações não-governamentais, movimentos sociais, fóruns, redes, universidades, fundações e federações brasileiras.

O Relatório apontou no ano de 2020 que, das 169 metas firmadas, 60 apresentavam retrocesso no país, 26 estavam sob ameaça de não cumprimento, 32 foram consideradas estagnadas, 27 em progresso insuficiente, somente 4 foram consideradas como em progresso satisfatório e as demais não foram avaliadas por falta de dados oficiais suficientes. Em relação à área ambiental, 32 metas registraram retrocesso, 17 foram consideradas ameaçadas, 14 estagnadas e 9 em progresso insuficiente (FERREIRA; TRAIANO, 2020; GTAGENDA2030, 2020). Outra perspectiva que o Relatório Luz apontou é em relação aos reflexos da pandemia nos 17 ODS, argumentando sobre as medidas adotadas pelo Brasil através de dados sociais e econômicos que refletem o árduo caminho necessário para avançar na Agenda já que os próximos 10 anos configuram a “década da ação”.

Ainda segundo o IV Relatório Luz, existe uma preocupação com a retomada econômica que pode refletir um desejo de recuperar o tempo perdido, por isso diversos órgãos associados à implementação da Agenda 2030 têm se posicionado para que a retomada seja precedida de incentivos “verdes” de modo que tal discussão já se apresenta como um *New Green Deal* (Novo Acordo Verde). O Relatório (2020, p. 94) também inclui a preocupação com o cenário brasileiro onde não se observa “qualquer indício de preocupação do governo federal com o tema”, destacando o negacionismo científico e descaso com o meio ambiente com a previsão de aumento de emissões de gases de efeito estufa em função do aumento do desmatamento. O IV Relatório Luz destaca ainda que:

A situação se torna mais crítica quando se considera que a degradação dos ecossistemas é a principal causa da transmissão de doenças de animais para seres humanos (zoonose). O desmatamento está ligado a 31% dos surtos registrados ao redor do mundo entre 1980 e 2013, como os do ebola e dos vírus zika e nipah. Igualmente, o derretimento das geleiras causado pelo aquecimento global e pela exploração industrial de petróleo e gás natural pode provocar a liberação de vírus patogênicos com comportamento desconhecido (GTAGENDA 2030, 2020, p. 94).

Se por um lado existe um debate sobre o enfrentamento da pandemia e das externalidades por ela ocasionadas no contexto da Agenda 2030 e dos ODS, de outro têm-se a forma como a instrumentalização da sustentabilidade é operada no âmbito das organizações. É evidente que a iniciativa que a Agenda 2030 representa uma contribuição importante na oferta de caminhos para a mudança, mas revela-se insuficiente como resposta para todos os problemas do mundo que se desdobram em uma teia complexa que não pode ser facilmente solucionada através dos objetivos estabelecidos. Apesar da Agenda 2030 estar baseada em princípios de sustentabilidade e equidade, buscando o balizamento de processos de institucionalização e influenciado a missão de muitas organizações, ela também serve à consolidação de regimes já estabelecidos e reforça concepções tradicionais de desenvolvimento (GEHRE, 2020).

Percebe-se que grande parte dos debates que avançaram no contexto da sustentabilidade se consolidaram no território conciliador do desenvolvimento sustentável que passa ocupar um espaço cada vez maior nos discursos sociais. O fato é que a questão socioambiental vem sendo debatida com diversos enfoques onde a lógica observada reflete uma ideia de sustentabilidade muito próxima do etnocentrismo e que parece sustentar uma compreensão de que o planeta existe para atender as demandas da civilização humana onde reside o desejo de conciliar a perpetuação da espécie, o aumento da qualidade de vida e do desenvolvimento, associado à ideia de progresso econômico e tecnológico.

Embora os movimentos que contextualizam a noção de sustentabilidade, de responsabilidade social e dos ODS possam ser percebidos como uma crescente preocupação que tem se consolidado no contexto global, pode-se inferir que as dinâmicas que movem suas racionalidades precisam forçar uma visão mais ampla para além do desenvolvimento sustentável, uma vez que já não se trata somente de superar a lógica utilitarista da natureza enquanto recurso, mas do planeta enquanto espaço de relações que extrapolam dívidas sociais e ambientais onde externalidades distintas são geradas pelo sistema econômico atual.

Nesse contexto é que emerge o pensamento de Leff propondo que para construir uma nova racionalidade é preciso uma mudança de mentalidade e de transformação do

conhecimento que permita fluir um “novo saber”. Também destaca Irving (2014, p. 33) que a noção de sustentabilidade precisa ser entendida “para além da discussão meramente teórica, para avançar no sentido de uma coerência lógica nas práticas cotidianas, quando o discurso e a intencionalidade se transformam, efetivamente, em ações concretas”.

O senso de emergência que a pandemia Covid-19 impôs ao mundo apela por uma mudança de paradigma de desenvolvimento em um cenário que projeta ao mesmo tempo crescimento populacional e aumento da pobreza, o que não coloca em xeque apenas os modelos de produção e consumo atuais diante da fragilidade dos ecossistemas e do cenário social de desigualdades aprofundadas pela pandemia. De modo mais complexo, afeta o modo como habitamos o território, como desenvolvemos relações, como percebemos o mundo e como enfrentamos os desafios que se apresentam, fruto das dinâmicas da sociedade e suas imbricações.

Por fim, considera-se relevante pensar que o espaço social é permeado por organizações que possuem cada vez mais influência nas transformações do mundo onde se apresenta a oportunidade de construir culturas de sustentabilidade movidas por um novo tipo de racionalidade capaz de gerar novas percepções e fomentar novas formas de agir no contexto organizacional que estejam alinhadas às preocupações e aos desafios socioambientais.

Pensar a sustentabilidade nesse contexto requer admitir que seu significado é atravessado por disputas e polissemias onde externalidades e violências derivam das relações econômicas baseadas na exploração da natureza e que reside na comunicação a potencialidade de construir contextos que busquem a promoção de compromissos e a sensibilização dos públicos para a mudança cultural.

Baldissera (2009a, p. 54) colabora para a reflexão proposta ao considerar que “a comunicação tanto pode se realizar com tendência a manter uma dada cultura, quanto no sentido de transformá-la”, de modo que ela “mantém em seu seio movimentos contrários/contraditórios e concomitantes que a (re) organizam/desorganizam permanentemente”. Essa perspectiva contribui para engendrar a discussão que segue neste trabalho, visando refletir sobre os sentidos da sustentabilidade e sua articulação junto ao público interno das organizações.

2.4 Como a comunicação pode viabilizar a construção de culturas de sustentabilidade nas organizações?

Existem diversas lentes que podem ser usadas para observar as ideias contidas nesta questão. Assim, é fundamental elucidar sobre os direcionamentos que motivam a argumentação proposta, buscando evidenciar os contornos escolhidos como possibilidade de interpretação para a questão lançada.

Segundo Nos Aldás (2010), passamos por um processo de mudança cultural onde se faz necessário explorar oportunidades de comunicação mais profundas que permitam ampliar o poder de conexão e transformação, o que está relacionado com a necessidade de uma reeducação de competências comunicativas que expressem temas dentro de um processo de conflito e resolução que permita a reflexão e a percepção de mudança, construindo assim uma comunicação que busca a promoção de compromissos. A autora defende que esse é o aspecto que se revela através da comunicação para a cidadania, também tratada como comunicação solidária, que tem compromisso com o coletivo e busca sensibilizar o público através de um tom incentivador e da construção de um espaço de denúncia e informação, utilizando elementos que transmitam essa necessidade de mudança.

O desafio da comunicação educativa é mostrar as realidades que lhe preocupam, manifestar suas causas, transmitir os motivos porque considera que devem ser abordadas e fazer chegar suas propostas de mudança. E sempre adotando a emoção necessária, através das possibilidades do discurso, para que os públicos lhe prestem atenção e as incorporem no seu pensamento e sua atitude. Tudo isso, visando aos interesses coletivos, marcados pelas necessidades públicas e globais. Ou seja, que por fim, utilizará discursos que não são neutros, mas que nascerão de compromissos que promovam outros compromissos (NOS ALDÁS, 2010, p. 114).

Nesse contexto, existe uma preocupação com a transformação social a partir da comunicação, no sentido de provocar uma consciência social coletiva que permita compreender e criar outras concepções de realidade. Além disso, Nos Aldás destaca a necessidade e o desafio de articular uma cidadania global através de redes de atitudes e de comunicação que ativem e fortaleçam um sentido comum intercultural com discursos que favoreçam compreender e recordar.

Ao considerar a comunicação solidária educativa como um “processo de interpretação de nossa sociedade e de nossas responsabilidades” (NOS ALDÁS, 2010, p. 115), a autora aponta a imaginação como recurso mediador que possibilita explorar potencialidades

criativas de comunicação. No âmbito das estratégias de sensibilização em comunicação, a autora destaca a memória testemunhal, exemplos imitáveis, *storytelling* e a criação de imagens do futuro. Sobre este último, destaca-se a reflexão proposta por Polak (1973) em seu livro “A Imagem do Futuro” sobre a necessidade de se trabalhar a positividade e o otimismo para conduzir visões de mudança no contexto das sociedades:

A ascensão e queda das imagens do futuro precede ou acompanha a ascensão e queda das culturas. Enquanto a imagem de uma sociedade for positiva e florescente, a flor da cultura está em plena floração. Uma vez que a imagem começa a se deteriorar e perder sua vitalidade, a cultura, no entanto, não mais sobrevive (POLAK, 1973, p. 19, tradução nossa).⁶

Essa perspectiva imaginativa sobre o pensamento de futuro também reside no próprio conceito de desenvolvimento sustentável, expresso no relatório “Nosso Futuro Comum”, que utiliza tal recurso para pensar sobre o impacto do ser humano no planeta ao longo do tempo e a necessidade de construir uma outra visão de sociedade que possa garantir o futuro das próximas gerações.

Frente os desafios do mundo atual em relação às mudanças sociais, tecnológicas e ambientais, Marchiori (2010, p. 146) comenta sobre as implicações no contexto das organizações discutindo que “a exigência que se impõe é a criação de ambientes mutáveis, ágeis e dinâmicos, dispostos e prontos para o desenvolvimento de novos processos, sejam eles de estrutura, de tecnologia ou de recursos humanos”. A autora discute os modelos organizacionais mecanicista e orgânico direcionando seu olhar para a comunicação enquanto mediadora da construção de sentidos que opera de modos muito distintos nos modelos citados, sendo que de um lado impera a visão da comunicação como produto, cujo caráter é instrumental/funcionalista, e de outro a comunicação como um processo de criação de conhecimento, de diálogo e de construção da realidade organizacional. Marchiori defende que “é preciso visualizar a comunicação como um processo, como uma perspectiva de maior desenvolvimento, como algo que gera conhecimento para as pessoas, que modifica estruturas e comportamentos” (Ibid., p. 148) e, nesse sentido, pode-se compreender a comunicação em dois níveis na organização:

⁶ “The rise and fall of images of the future precedes or accompanies the rise and fall of cultures. As long as a society's image is positive and flourishing, the flower of culture is in full bloom. Once the image begins to decay and lose its vitality, however, the culture does not long survive”

A comunicação tática é a comunicadora de fatos ocorridos, tem função informativa e básica, sendo determinante que se processe a partir das organizações. A comunicação estratégica é a geradora de fatos, criadora de contextos. Sugere um novo comportamento porque tem a função de cocriar o futuro da organização (MARCHIORI, 2010, p. 151).

Entende-se que as organizações constituem espaços de circulação de sentidos onde estes são apropriados pelos sujeitos a partir dos fluxos comunicativos internos e externos no campo das relações formais (derivada de sua estrutura burocrática) e das relações informais (derivada do relacionamento dos grupos em suas manifestações comunicativas) que compõe o universo simbólico da organização (CURVELLO, 2012). A autor esclarece que a cultura organizacional baliza a vida da organização e destaca que a comunicação empresarial interna desempenha um papel importante para difusão e consolidação da cultura organizacional que, no contexto estratégico, se apropria de elementos simbólicos para construção e veiculação de mensagens que constituem formas de relacionamento que buscam aproximar e integrar seus públicos aos objetivos do negócio. A abrangência da comunicação interna se estende para o contexto administrativo (memorandos, instruções normativas), social (jornais internos, vídeo jornais, boletins, revistas, intranet) e interpessoal (face-a-face funcionários/funcionários, chefias;/subordinados), podendo ser definida como

[...] o conjunto de ações que a organização coordena com o objetivo de ouvir, informar, mobilizar, educar e manter coesão interna em torno de valores que precisam ser reconhecidos e compartilhados por todos e que podem contribuir para a construção de boa imagem pública (CURVELLO, 2012, p. 22).

Tanto Curvello como Marchiori destacam a importância de reconhecer o papel da comunicação na transformação da consciência dos sujeitos e nos processos de mudança nas organizações. No contexto da comunicação interna é preciso compreender que os sentidos que circulam sobre as organizações ultrapassam seus limites físicos e conformam outros entendimentos a partir da interação com outros públicos, o que é potencializado pela comunicação em ambiente digital. Assim, pode-se considerar que a comunicação interna possui caráter de comunicação pública e precisa estar associada às estratégias externas das organizações para que seus discursos sejam socialmente legitimados.

As organizações podem ser pensadas como um fenômeno que atravessa várias camadas do tecido social, cuja importância tem se consolidado gradativamente no contexto da globalização e da opinião pública. Quando consideramos esse aspecto associado às dinâmicas a que estão sujeitas e os intercâmbios de significados que são viabilizados nos processos

relacionais entre os públicos e as organizações no que tange suas estruturas físicas e simbólicas (SROUR, 2012), torna-se premente compreender os fatores e implicações decorrentes dessas interações diante do papel das organizações na sociedade e seu crescente protagonismo no mundo globalizado, tendo em vista a importância da Responsabilidade Social Empresarial (RSE) para a sociedade e os desafios contemporâneos relacionados à sustentabilidade.

Isso suscita diversos questionamentos sobre o papel das organizações como gestoras da vida social e a sua responsabilidade no combate às externalidades assim como na promoção do bem-estar social (CABRAL; GONÇALVES; SALHANI, 2018). Sendo sua influência percebida de modo distinto pelos vários grupos sociais, algumas relações entre indivíduos e organizações são marcadas por cenários de violência e desigualdade que implicam múltiplas afetações (SANTOS, 2001; GALTUNG, 2003; GOEBEL, 2010), como discutido no tópico 2.1 desta seção.

A ideia de cocriação do futuro da organização, apresentada por Marchiori, atravessa o contexto de relevância que as organizações passam a ter na sociedade, assim como a exigência por parte dos públicos de posturas mais sustentáveis e socialmente responsáveis. Tal perspectiva tem relação com o que propõe Kunsch (2009) sobre os novos papéis que as organizações passam a assumir em função do seu crescente protagonismo e poder no contexto da globalização, sendo que essa mudança de percepção dos públicos é mediada por processos comunicacionais e culturais cuja interação constitui um processo permanente de tessitura (BALDISSERA, 2009a).

Assim, acredita-se que as organizações podem viabilizar a construção de culturas que superem a racionalidade fragmentária que fadia a sustentabilidade em dimensões (social, ambiental, cultural, política, econômica, territorial, entre outras) para estabelecer uma racionalidade que mobilize novos sentidos capazes de reorganizar a sociedade e de projetar um mundo mais sustentável, justo e democrático como argumenta Leff (2011):

O princípio de sustentabilidade surge como uma resposta à fratura da razão modernizadora e como uma condição para construir uma nova racionalidade produtiva, fundada no potencial ecológico e em novos sentidos de civilização a partir da diversidade cultural do gênero humano. Trata-se da reapropriação da natureza e da reinvenção do mundo; não só de “um mundo no qual caibam muitos mundos”, mas de um mundo conformado por uma diversidade de mundos, abrindo o cerco da ordem econômico-ecológico globalizada (LEFF, 2011, p. 31).

Pensar a questão da sustentabilidade pressupõe considerar o papel da comunicação dentro do universo simbólico da cultura já que é nesse contexto que se dá a produção e apropriação dos sentidos por parte dos sujeitos e a possibilidade de reimaginar uma sociedade pautada na racionalidade ambiental, como argumenta Leff.

Bueno se apoia em autores como José Eli da Veiga, Boaventura Santos e Enrique Leff para criticar a noção de desenvolvimento sustentável assim como a ideia de sustentabilidade que por vezes é relegada ora à questão ambiental, ora econômica, e muitas vezes à dimensão social, e outras acabam não sendo contempladas. O autor considera também que pensar sustentabilidade é pensar de forma holística para as interações do mundo e suas consequências, cabendo à comunicação a possibilidade de contribuir efetivamente para o debate, desde que esteja respaldada por essa visão ampla e questionadora dos processos, das estruturas e das relações que compõe o sistema social.

A comunicação, vista sob uma perspectiva ampla, tem um papel importante a desempenhar no processo de conscientização e de mobilização para a sustentabilidade, ou seja, ela precisa ser assumida como emancipatória ou libertária. Seu caráter revolucionário se manifesta na ruptura com modelos clássicos de desenvolvimento e na busca obsessiva pela articulação de conhecimentos, culturas e competências, reconhecidos como expressões autênticas e legítimas de grupos, indivíduos ou comunidades (BUENO, 2012, p. 10).

Nesse sentido é preciso romper paradigmas de conhecimento e de desenvolvimento, considerando as dinâmicas ecossistêmicas como fundantes de uma nova forma de organização social. Sobre esse novo tipo de racionalidade, Bueno (2012, p. 8) comenta que sua conformação “exige uma mudança no processo de objetivação da realidade que inclui transformações nas instâncias de poder que mediatizam as relações entre o mercado, a sociedade e os cidadãos em particular”.

Essa reflexão pode ser aprofundada a partir de Golobovante (2010) que analisa a emergência e a consolidação da sustentabilidade como um novo paradigma da cultura das grandes organizações sob o prisma da comunicação. Para a autora, sustentabilidade, cultura e comunicação constituem um triplo desafio para as organizações, fruto do reconhecimento do seu protagonismo para o desenvolvimento social e crescente aderência das mesmas aos pactos globais de desenvolvimento, como os que são promovidos pela ONU, que buscam alicerçar os conceitos de RSE nas práticas das organizações.

A autora elenca três principais fatores que empurraram as empresas para esse novo *modus operandi*: a ampliação do alcance das Tecnologias de Informação e Comunicação

(TICs), onde vários atores sociais passam a produzir e disseminar informação; a sensibilidade das organizações diante de informações não oficiais que podem impactar a opinião de investidores (no que diz respeito às empresas de capital aberto); e a crescente cobrança da sociedade sobre a responsabilidade das organizações. Sobre isso a autora explica:

[...] à medida que o mercado quis assumir o controle do que antes cabia aos governos (o esvaziamento da política e o Estado mínimo), e teve êxito e lucros exponenciais com a expansão do nível de consumo de bens e serviços (sobretudo simbólicos, ligados ao mundo da tecnologia, entretenimento, comportamento), houve também, em simultâneo, um ônus para ele quando a opinião pública passou a cobrar posturas mais engajadas das empresas em relação as crescentes assimetrias sociais e ambientais, causadas pelo modelo neoliberal da economia de mercado (GOLOBOVANTE, 2010, p. 101).

Nesse contexto, Kunsch (2009) diz que as organizações são empurradas para uma situação que

[...] ao mesmo tempo em que enfrentam novas exigências sociais, como uma opinião pública mais vigilante e públicos mais conscientes dos seus direitos, se veem obrigadas conciliar seus interesses comerciais e retornos financeiros em ações guiadas pelos princípios de sustentabilidade social (KUNSCH, 2009, p. 62).

Isso significa dizer que o ambiente exige que as organizações sejam adaptáveis e flexíveis para lidar com as coletividades e com os interesses contraditórios, onde sua existência depende, entre outros fatores, da credibilidade pública construída ao longo do tempo, que consiste na reputação sustentada perante seus públicos. Mais do que sobreviver na cena social e ser capaz de atravessar cenários de incertezas, as organizações precisam criar condições que favoreçam transformações orientadas para os desafios atuais e futuros, o que envolve esforços por parte da liderança e da cultura organizacional da empresa em dialogar com a sociedade e promover as mudanças que dela são demandadas, como no que se refere à questão da sustentabilidade e os desafios intrínsecos por ela estabelecidos.

Quando as organizações assumem um compromisso público com a sustentabilidade e responsabilidade social esse movimento implica mais do que a formatação de novos discursos, mas também investimentos em novas práticas e processos, além de mudanças profundas na cultura organizacional (GOLOBOVANTE, 2010). Indagando se haveria possibilidade de uma mudança de postura real das organizações no contexto de produção atual, a autora comenta:

[...] por ser também plástico, múltiplo e dinâmico, o sistema capitalista comportaria uma nova lógica de consumo e produção capaz de promover prosperidade nos limites que o ambiente impõe. Essa mudança, entretanto, precisa antes ser objeto de um desejo coletivo e é aqui que a comunicação, entendida primordialmente como um espaço de negociação entre as partes, pode jogar um fundamental papel político, que é o de contribuir decisivamente para a construção da cultura da sustentabilidade nas organizações (e fora delas também) (GOLOBOVANTE, 2010, p. 105).

Desse modo, a comunicação precisa ser capaz de incorporar uma perspectiva política comprometida em “alterar o cenário desfavorável que tipifica a relação atual da sociedade, e do mercado com o meio ambiente” (BUENO, 2012, p. 6).

Outro autor que nos ajuda a compreender os pressupostos que movem a ideia de sustentabilidade e como ela pode mobilizar mudanças na sociedade, e por consequência nas organizações, é o físico teórico e ambientalista Fritjof Capra. O autor desenvolveu grande parte de seus estudos voltados à alfabetização ecológica, onde defende uma mudança de paradigma de uma visão mecanicista do mundo para uma visão ecológica, pautada em uma concepção sistêmica da vida.

A teoria da Alfabetização Ecológica de Capra, ou ainda *ecoliteracy*, defende a ecologia profunda como um novo paradigma capaz de nos orientar para uma percepção da realidade capaz de lidar com questões globais como a degradação ambiental, inscrita em um contexto de interdependência que é pragmático no mundo globalizado. Para o autor, vivemos uma crise de percepção que requer mudanças radicais em termos de pensamentos e valores, cujo desafio maior se insere no contexto político, determinante para o avanço de agendas e compromissos globais. Ao propor uma visão do mundo holística, existe um reconhecimento da interdependência dos fenômenos, onde indivíduos e sociedades estão inseridos e são dependentes dos processos cíclicos da natureza.

Assim, a teoria de Capra defende a “ecologização do saber” onde a natureza é essência da alfabetização e deve abranger princípios da ecologia como diretrizes para construir o que o autor expressa como “comunidades humanas sustentáveis”.

São estes, então, alguns dos princípios básicos da ecologia — interdependência, reciclagem, parceria, flexibilidade, diversidade e, como consequência de todos estes, sustentabilidade. À medida que o nosso século se aproxima do seu término, e que nos aproximamos de um novo milênio, a sobrevivência da humanidade dependerá de nossa alfabetização ecológica, da nossa capacidade para entender esses princípios da ecologia e viver em conformidade com eles (CAPRA, 1996, p. 223).

A perspectiva de Capra é um convite para pensar sobre a construção de culturas de sustentabilidade e também para refletir sobre como a comunicação incide nesse processo. A partir do pensamento de Capra, o autor Baldissera (2009b) comenta que, no contexto das redes de significação da/na sociedade, a comunicação pode ser reconhecida como fundante na construção dos sentidos sobre sustentabilidade apoiado na concepção de que “com a evolução da linguagem, surgiu não só o mundo interior dos conceitos e das ideias como também o mundo social da cultura e dos relacionamentos organizados” (CAPRA, 2002 apud BALDISSERA, 2009b, p. 39).

Baldissera também destaca que o despertar de uma consciência reflexiva, definida como processo que “envolve um alto grau de abstração cognitiva, incluindo a capacidade de reter imagens mentais que possibilita a criação de valores, crenças, objetivos e estratégias” (CAPRA, 2002 apud BALDISSERA, 2009b, p. 38), remete à possibilidade de mudança e de sensibilização da sociedade onde os sentidos precisam não apenas circular para transformar, mas principalmente materializar-se em ações que constituem de fato a transição inerente à concepção que a sustentabilidade exige.

O processo de alfabetização ecológica, além do conhecer (pesquisar, descrever, compreender e explicar os processos das comunidades sustentáveis), pressupõe e exige que esse conhecimento faça sentido. Em outras palavras, a ideia de sustentabilidade necessita ser significada / apropriada em sua complexidade pelos diferentes sujeitos sociais / pela sociedade de modo a, no nível da consciência reflexiva, ser reconhecida como valor que se traduz em prática (ação, comportamento, produto, sistema, organização), ocorrendo, assim, deslizamento do paradigma econômico-consumista para o da sustentabilidade (BALDISSERA, 2009b, p. 38).

Kunsch (2009, p. 70) questiona a relevância da comunicação no processo de educação para a sustentabilidade e argumenta que “para que seja possível promover efetivamente a sustentabilidade [...] a sociedade necessita imprescindivelmente da comunicação, tanto dos meios quanto de toda a convergência midiática”, defendendo assim que, no âmbito das organizações, a sustentabilidade depende da adoção de uma comunicação integrada (que engloba a comunicação institucional, mercadológica, interna e administrativa), de modo que a comunicação organizacional deixa de ser tática para ser estratégica onde os princípios da sustentabilidade devem ser incorporados nas práticas organizacionais e não apenas em seus discursos, sendo portanto fundamental a transparência, fruto de um compromisso público com a sustentabilidade. A autora ainda discorre sobre como o tema pode ser vinculado à comunicação organizacional integrada, com destaque para o contexto da

comunicação interna que “é um excelente instrumento para veicular mensagens vinculadas à conscientização socioambiental” (Ibid., p. 75).

O que se percebe é que a mudança de comportamento dos sujeitos advém de uma apropriação de significado que seja capaz de promover e sustentar a construção de culturas de sustentabilidade no contexto das organizações, o que depende da significação atribuída ao conceito, ou seja, como os sujeitos compreendem e valorizam seus sentidos.

Para Baldissera, o entendimento sobre sustentabilidade pode ser expresso através de quatro categorias: 1) como valor central da vida; 2) como valor periférico; 3) como não valor; 4) como valor extrassistema⁷ (BALDISSERA, 2009b). O autor argumenta sobre a comunicação como lugar e possibilidade para a sustentabilidade:

Na perspectiva de a comunicação ser empregada para que a noção de sustentabilidade seja positivamente semiotizada – deslocada para ser valor central –, parece necessário mais esforço/investimento para melhor conhecer os códigos culturais (valores, padrões, estruturas, crenças) dos diferentes grupos/sujeitos e, a partir disso, atualizar processo de comunicação que sejam férteis para que o outro em relação comunicacional possa identificar-se com as ideias que se apresentam (BALDISSERA, 2009b, p. 52).

Baldissera reflete que “nesses processos comunicacionais é necessário que os sentidos em circulação, em algum nível, gerem identificações entre o que se propõe (a sustentabilidade) e aquilo que os públicos já construíram em sua rede de significação (valores culturais)” (Ibid., p. 53). Essa perspectiva, assim como as categorizações propostas pelo autor sobre o entendimento de sustentabilidade, orienta parte da metodologia utilizada neste trabalho para avaliar a percepção sobre sustentabilidade do público interno de uma organização, como será detalhado mais adiante.

De volta à questão que motivou a articulação teórica deste tópico: como pode a comunicação viabilizar a construção de culturas de sustentabilidade nas organizações?

Destaca-se alguns pontos discutidos que são fundamentais para pensar a questão. Primeiro a reflexão feita a partir de Nos Aldás (2010) que destaca a importância da sensibilização e a necessidade de uma reeducação de competências comunicativas orientada para a promoção de compromissos. Também a reflexão proposta por Baldissera (2009b), tendo em vista dois aspectos discutidos pelo autor: o despertar de uma consciência reflexiva ancorada na alfabetização ecológica como possibilidade de sensibilização para a mudança; a necessidade de gerar identificações com os públicos a partir dos sentidos em circulação sobre

⁷ Essas categorias são melhor explicadas no tópico 5.4 A proposta educativa, onde se apresenta a articulação teórico-metodológica utilizada para construir o questionário.

sustentabilidade. Além disso, os autores Capra (1996), Leff (2011) e Bueno (2012) enfatizam posições semelhantes ao defenderem a importância da conscientização e mobilização para a sustentabilidade baseada na racionalidade ambiental e na ecologização dos saberes, buscando construir processos de mudança capazes de orientar paradigmas alternativos de desenvolvimento e de conhecimento.

A partir dessas ideias percebe-se que para articular uma comunicação orientada para a mudança cultural das organizações com foco na sustentabilidade exige, antes de tudo, que as organizações encarem a sustentabilidade como valor e que a comunicação seja percebida como processo dialógico. É preciso reconhecer que os sentidos são negociados e conformados a partir da interação entre os sujeitos e, por isso, não é concebível que uma organização adote um discurso e defina ideias que se pretende difundir visando que a cultura organizacional absorva novos pensamentos e adote novos comportamentos. Ao invés disso, a organização precisa reconhecer o entendimento prévio do seu público sobre a sustentabilidade, definir seu próprio entendimento sobre o tema, reconhecer o cenário de contradições que está inserida, refletindo sobre suas obrigações, posicionamentos e aspirações.

A organização também é incitada a compreender seu papel no contexto social, refletindo sobre o impacto de suas atividades e sobre os comportamentos que movem sua existência. Para que a comunicação para a sustentabilidade reflita uma mudança cultural é fundamental que as organizações sejam capazes de saber ouvir, dialogar e agir de modo ético e transparente, com base em princípios ecológicos. Nesse sentido, a sustentabilidade precisa ser encarada de forma sistêmica e não instrumental, permeando a organização como um todo e não apenas em seus discursos, e a comunicação deve ser sensibilizadora para que os sentidos sobre sustentabilidade sejam apropriados pelos sujeitos e gerem uma consciência reflexiva que se traduza em ação.

A próxima seção deste trabalho aprofunda as associações entre comunicação, educação e sustentabilidade a partir da perspectiva da comunicação em ambiente digital que constitui um espaço interacional alicerçado no fenômeno comunicacional e informacional. No que tange as organizações e suas dinâmicas, esse contexto também nos ajuda a refletir sobre as relações decorrentes da intensificação do trabalho remoto e as novas formas de interação entre os sujeitos que encontram-se cada vez mais mediadas pela tecnologia.

A escolha de tal direcionamento se apoia no que propõe Santaella (2001, p. 3) quando considera que “os sistemas tecnológicos complexos [...] passaram a exercer um papel estruturante na organização da sociedade e da nova ordem mundial” onde diferentes formas de interagir e também de aprender se estabelecem. Assim, busca-se através da articulação

teórica que segue refletir potencialidades criativas de comunicação a partir do contexto das interações simbólicas digitalmente mediadas, onde ocorrem a circulação de sentidos sobre sustentabilidade além de diferentes formas de apropriação de significados e de aprendizagem. Com isso, busca-se ampliar a compreensão sobre como a comunicação pode viabilizar a construção de culturas de sustentabilidade.

3 DESAFIOS ORGANIZACIONAIS NA SOCIEDADE CONECTADA: TECENDO APROXIMAÇÕES ENTRE COMUNICAÇÃO, INFORMAÇÃO, APRENDIZAGEM E SUSTENTABILIDADE

O ambiente digital é responsável por diversas transformações na sociedade na medida que possibilita um fluxo contínuo de comunicação e informação que conecta humanos e não humanos na virtualidade do espaço. Essas mudanças impulsionam novas formas de viver, demandando novos conhecimentos para os enfrentamentos impostos pela sociedade conectada e repercutindo diretamente nas organizações e demais contextos da vida social.

Lévy (1999, p. 17) discute as implicações culturais advindas do desenvolvimento das TICs que provocou uma mutação global da civilização. A concepção derivada desse processo configura, como Lévy denomina, o ciberespaço (ou rede) que representa um novo meio de comunicação possibilitado pela interconexão mundial de computadores, tanto no que se refere à “infraestrutura material da comunicação digital, mas também o universo oceânico de informações que ela abriga, assim como os seres humanos que navegam e alimentam esse universo”. A interação propiciada nesse contexto é o que o autor chama de cibercultura, representada pelo “conjunto de técnicas (materiais e intelectuais), de práticas, de atitudes, de modos de pensamento e valores que se desenvolvem juntamente com o crescimento do ciberespaço”, criando novas condições para o desenvolvimento de pessoas e sociedades.

Castells (1999, p. 441) afirma que a comunicação mediada pelo computador consiste em um fenômeno social e tem como características a penetrabilidade, descentralização multifacetada e flexibilidade sendo que sua propagação pelo mundo “moldou de forma definitiva a estrutura do novo veículo de comunicação na arquitetura da rede, na cultura dos seus usuários e nos padrões reais de comunicação”.

O surgimento desse novo espaço, alicerçado no fenômeno comunicacional e informacional, repercutiu complexas interações com outras áreas do conhecimento e caracterizou uma mudança abrangente com impactos na cultura, nas ciências, na política, nas organizações e nas relações sociais, transformando a vida em todos os aspectos. Santaella (2001, p. 1) explica que “a entrada do século XXI deverá ser lembrada no futuro como a entrada dos meios de comunicação em uma nova era: a da transformação de todas as mídias em transmissão digital, como se o mundo inteiro estivesse, de repente, virando digital”.

Nesse contexto, o papel desempenhado pelos meios de comunicação passou a ser de uma tal ordem a ponto de se poder afirmar que, sem os meios de

comunicação teleinformáticos, o complexo fenômeno da globalização, tanto nos seus aspectos econômicos e políticos quanto certamente culturais, não teria sido possível. Os sistemas tecnológicos complexos de comunicação e informação certamente passaram a exercer um papel estruturante na organização da sociedade e da nova ordem mundial (SANTAELLA, 2001, p. 3).

Contribuindo para o aprofundamento dessa ideia, Castells (2013, p. 101) reflete que “o novo campo de comunicação da nossa época está a surgir através de um processo de mudança multidimensional, configurado pelos conflitos enraizados na estrutura contraditória de interesses e valores que constituem a sociedade”. Em posição semelhante, Santaella (2015) esclarece que a relação entre os diversos meios comunicacionais e os públicos, acompanhada da revolução provocada pela internet e o surgimento de múltiplos formatos, configura novas concepções e relações no universo em rede onde passam a convergir outros campos do conhecimento com o território epistemológico da comunicação, criando uma perspectiva multidisciplinar na qual se estabelecem novas problemáticas e oportunidades de pesquisa que visam compreender a realidade em constante transformação.

Santaella também associa o progresso das tecnologias midiáticas ao avanço de uma nova era geológica, o Antropoceno, apontando como marcos fundamentais dessa mudança a Revolução Industrial (final do século XVIII) e a Segunda Guerra Mundial (1945) que impulsionaram transformações em âmbito global. Sobre esta última a autora comenta:

Foi essa época que marcou o surgimento da era nuclear e a assinatura radioativa que ela deixou sobre a superfície da Terra. Paralelamente, a economia global cresceu dez vezes em apenas algumas décadas. Mas uma das grandes preocupações nessa aceleração encontra-se na perda da biodiversidade, quando o ritmo de extinção das espécies da biosfera está correndo ao passo de cem a mil vezes mais rapidamente. Enfim, o grande problema é que, acompanhando esse ritmo, estamos consumindo exponencialmente mais recursos da natureza (SANTAELLA, 2015, p. 49).

Santaella (2015) nos ajuda a pensar sobre o lugar da comunicação no contexto do Antropoceno, que se refere à aceleração como processo e produto do comportamento humano sobre a Terra, destacando que as transformações no campo da comunicação e as mudanças planetárias apresentam uma inter-relação indissolúvel que se retroalimentam. A aceleração dos processos de transformação do mundo nos empurra cada vez mais para uma dependência energética e tecnológica, como ocorre por exemplo com a massificação do uso de equipamentos para conectar-se à internet diante de um mundo cada vez mais digital.

A ideia da aceleração como marca do Antropoceno pode também ser observada, e ampliada, pela ótica das mudanças provocadas pela pandemia e da centralidade do digital nesse contexto, cujos impactos atravessam a cultura e repercutem na sociedade, nas organizações e na vida das pessoas com intensidades e complexidades distintas, oferecendo a possibilidade de refletir sobre mudanças disruptivas em âmbito global decorrentes de tal episódio. Um exemplo que marca essa relação é a prática do distanciamento social como medida de prevenção que fez muitos de nós mergulhar no universo digital como possibilidade de manutenção de vínculos pessoais, das atividades de trabalho, ensino, das práticas de consumo, entretenimento etc., e também revelou problemas latentes decorrentes da desigualdade, tanto do ponto de vista do acesso às tecnologias como também associada a outros problemas estruturais.

Não apenas tal contexto colocou em ampla evidência a quantidade de brasileiros sem possibilidades para habitar o mundo de forma remota, *online*, como também aqueles sem acesso à moradia, água, saneamento, alimentação, energia e muito menos internet. No entanto, para além das externalidades e violências que marcam esse período, a exemplo do que foi discutido na segunda seção deste trabalho, o que se pretende destacar é que tal panorama deixa evidente o protagonismo dos sistemas de comunicação e informação na sociedade, cujos efeitos se estendem para os contextos sociais e também organizacionais com implicações distintas em suas dinâmicas. Pode-se citar, por exemplo, as práticas de ensino-aprendizagem em ambiente digital, as reconfigurações no mundo do trabalho e as novas formas de interação nas organizações, novos modelos de negócio, formas de comercialização, produção ou prestação de serviços entre outras afetações mediadas pelas redes digitais, possibilitadas pela internet e que repercutem cada vez mais nas dinâmicas sociais e na cultura.

Avançando nas aproximações propostas nesta seção, principalmente em relação ao eixo comunicação/aprendizagem/cultura, temos a perspectiva de Santaella (2015) que discute sobre as mudanças culturais no contexto da aceleração comunicacional e das novas tecnologias midiáticas, tendo as mídias e as linguagens comunicacionais ancoradas em uma revolução digital que conduzem à uma hipercomplexidade da cultura. Para a autora, tal fenômeno perpassa seis tipos de lógicas culturais “que, embora sejam historicamente sequenciais e distintas, foram gradativamente mesclando-se e interconectando-se de modo indissolúvel: a cultura oral, a escrita, a impressa, a cultura de massas, a cultura das mídias e a cultura digital” (SANTAELLA, 2015, p. 50).

O pensamento de Santaella reflete também uma instrumentalidade técnica que subjaz às lógicas culturais por ela estabelecidas, onde a ecologia midiática representa mais uma

camada desse complexo sistema. Sobre a aceleração do campo comunicacional e a complexidade da comunicação, a autora destaca que tal processo torna-se mais evidente com a revolução eletromecânica (máquinas de impressão, a fotografia e o cinema) e a revolução eletrônica (rádio e televisão) que ampliaram exponencialmente as capacidades de produzir linguagens (SANTAELLA, 2015). Nessa perspectiva também reside a ideia de que o avanço das tecnologias digitais comporta novas experimentações e tipos de linguagem sendo que “a digitalização permite a associação na mesma mídia e a mixagem precisa de sons, imagens e textos”, características de um hipertexto digital que configura uma informação multimodal, que é maleável, móvel e fluída (LÉVY, 1999, p. 56).

Sob a ótica da aceleração que marca a passagem de uma era cultural para outra, as formações socioculturais acompanham as evoluções que são registradas no percurso cultural, da oralidade à era da reprodutibilidade técnica e das redes digitais e, tanto informação como comunicação atravessam não apenas o contexto tecnológico, mas também o ambiente geopolítico, econômico, cultural, educacional, que incidem, interagem e conformam a realidade (SANTAELLA, 2015).

Para Martino e Menezes (2012, p. 16), a construção da realidade “[...] é a estruturação dialética de significados comuns aos participantes de uma sociedade mediada pelos símbolos compartilhados” e “[...] considerando que o mundo da cultura é o “habitat simbólico” no qual vivem os seres humanos, as competências midiáticas oferecem uma oportunidade de pensar e transformar esse espaço”, buscando “estabelecer conexões entre o indivíduo e essa realidade simbolicamente mediada no qual está inserido”. Os autores contextualizam reflexões sobre as lógicas que incidem no espaço midiático onde a informação encontra-se materializada em diversos tipos de linguagens tais como textos, vídeos, imagens entre outros.

Castells (1999 p. 421) ressalta que “vivemos em um ambiente de mídia, e a maior parte de nossos estímulos simbólicos vem dos meios de comunicação”. Assim, das culturas orais às culturas escritas que possibilitaram a descontextualização temporal e espacial da informação e do conhecimento, impactos semelhantes são provocados pelo contexto digital. Sobre a integração das modalidades oral, escrita, audiovisual da comunicação humana no universo atemporal das redes, Castells argumenta que a cultura se transforma a partir dos ambientes digitais e da interatividade comunicacional onde as várias modalidades coexistem. Para o autor, uma vez que “a cultura é mediada e determinada pela comunicação, as próprias culturas, isto é, nossos sistemas de crenças de códigos historicamente produzidos são transformados de maneira fundamental pelo novo sistema tecnológico” (Ibid., p. 414).

Aliada às transformações decorrentes do avanço das telecomunicações e da informática, a sociedade passou por um processo que permitiu também às mídias a construção de uma nova paisagem comunicacional e informacional no contexto da internet e das TICs. Nesse sentido, Andrelo (2016) explica sobre as características da internet (Quadro 1) no contexto da comunicação mediada pela tecnologia, considerando não apenas a infraestrutura material da comunicação digital, mas o complexo sistema que possibilita a interação entre os seres que habitam o ciberespaço.

Quadro 1. Características da internet

Conexão em rede	Tudo é comunicável e tudo está em rede: pessoas, máquinas, objetos, monumentos, cidades. Tem-se um imenso banco de dados.
Liberação do polo da emissão	Emergência de vozes e discursos, antes reprimidos pela edição da informação pelo mass media.
Interatividade	Usuário pode produzir e distribuir informação, mesmo em espaços criados por outras pessoas ou organizações. Há chats, fórum, e-mails.
Linguagem multimidiática	Informações são representadas em diversas linguagens, como sonora, audiovisual, fotográfica e textual.
Desterritorialidade	Em território, tem-se a ideia de controle sobre fronteiras. Desterritorializar é movimentar-se nessas fronteiras, criar linhas de fuga. Diversifica-se o consumo de bens simbólicos.
Fluxo incessante de informações	Informações sobre os mais diversos assuntos e de diversas fontes são produzidas e distribuídas constantemente.

Fonte: Andrelo (2016, p. 17) com base em Lemos (2007) e Moherdau (2007).

Tendo em vista esse contexto, Andrelo (2016) argumenta sobre a centralidade da informação na sociedade, e nas organizações, diante do fenômeno da globalização e das redes digitais que provocam afetações diversas em suas dinâmicas:

- 1) a informação é ferramenta básica da reestruturação global do capitalismo;
- 2) ela é elemento essencial para a gestão estratégica de organizações;
- 3) ela é fundamental à manutenção da democracia;
- 4) o direito à informação permite o acesso aos demais direitos;
- 5) ao ser divulgada pela internet, a informação ganha novas características, como sua representação em várias linguagens;
- 6) as pessoas, que até pouco tempo atrás, eram receptoras de informação, tornaram-se também emissoras;
- 7) as informações midiáticas, nos mais diversos gêneros e formatos, fazem o papel de mediadoras entre a realidade e o que sabemos dela (ANDRELO, 2016, p. 35).

Belluzzo (2018, p. 15) também traz reflexões sobre a questão da centralidade da informação quando distingue três abordagens para denominar a sociedade atual (Sociedade da Informação, do Conhecimento e da Aprendizagem), destacando que a informação é um “fator

predominante para o desenvolvimento social, econômico e cultural e constitui o principal elemento para a construção do conhecimento”. Assim, têm-se que os recursos informacionais permitem o acesso ao conhecimento que depende do domínio dos indivíduos sobre a tecnologia associado à um processo de reflexão e criticidade para promoção de cidadania e participação. Para isso, a autora destaca que é fundamental educar o cidadão com “atenção dirigida ao seu contexto histórico-social e que envolve o saber-ser, o saber-fazer e o saber-estar, englobando em seu currículo a ética, os valores, os comportamentos, as artes, as ciências, as tecnologias, as profissões e a ecologia” (Ibid., p. 15).

As mudanças tecnológicas de informação e comunicação representam assim uma mutação da relação com o saber e, nesse sentido, Lévy (1999, p. 157) defende a inteligência coletiva como um dos motores da cibercultura, o que implica sinergia entre competências. O autor explica que, no ciberespaço, “a relação intensa com a aprendizagem, a transmissão e a produção de conhecimentos não é mais reservada a uma elite e diz agora respeito à massa de pessoas em suas vidas cotidianas e seus trabalhos” (Ibid., p. 173) e tal condição implica novas competências necessárias (incluindo a autodidática) ao longo da vida. Como exemplo Lévy comenta as implicações no contexto profissional, onde “trabalhar quer dizer cada vez mais aprender, transmitir saberes e produzir conhecimentos” (Ibid., p. 157) e considera que “a virtualização das organizações e das empresas “em rede” corresponderá em breve a uma *virtualização da relação com o conhecimento*” (Ibid., p. 174).

Belluzzo (2018) alerta que existe uma crescente necessidade de desenvolvimento de competências para lidar com as transformações sociais onde é fundamental que, ao invés de consumir descomedidamente informações, possamos transformar a informação consumida em conhecimento. Isso torna-se possível a partir de uma reflexão crítica sobre os conteúdos consumidos de modo que cada indivíduo possa ser um tomador de decisão, capaz de utilizar a informação adequadamente e colocar em prática o conhecimento adquirido em seu processo de reflexão e ação no mundo.

[...] todo cidadão ativo e consciente deste século XXI será aquele que não se limita a absorver a imensa quantidade de informação que chega até si, mas reflete e produz pensamento crítico sobre a informação exposta em qualquer momento da sua vida, requerendo essa competência para desenvolver o processo de transformação da informação em conhecimento em duas grandes vertentes: em saber localizar e acessar a informação e saber que processos efetuar para compreender a informação e utilizá-la (BELLUZZO, 2018, p. 17).

Uma vez que a vida em sociedade passa a ser cada vez mais mediada pelas TICs, considera-se importante o desafio, tanto de indivíduos como de organizações, em promover o desenvolvimento de novos conhecimentos, habilidades e atitudes que possam contribuir para os enfrentamentos impostos pela sociedade conectada, principalmente no que se refere aos temas de interesse social.

Da “aldeia global”, passamos à “sociedade da informação ou do conhecimento” e, sobretudo, à “sociedade em rede”, com suas utopias e aporias (inteligência coletiva, autonomia, democratização da cultura, realidade virtual...). As TIC e a comunicação de que elas são os veículos estão no centro destas mutações técnicas e colocam novas questões (sociais, econômicas, políticas, educacionais), cuja compreensão é fundamental para a cidadania (BEVORT; BELLONI, 2010, p. 1090).

Nesse sentido Belluzzo (2018) argumenta que a sociedade da informação, do conhecimento e da aprendizagem correspondem à sociedade atual onde a relação entre competência em informação e midiática e os Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODS) apresenta relevância para o desenvolvimento social, econômico, cultural e ambiental para os indivíduos em sociedade:

Alguns temas de importância para a sociedade acham-se em estreita relação com a CoInfo (Competência em Informação), a saber: saúde e serviços; governança e cidadania; desenvolvimento econômico e em ambientes de trabalho; educação e aprendizado ao longo da vida; e, Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) (BELLUZZO, 2018, p. 17).

A aproximação entre os ODS e o próprio conceito de sustentabilidade, no sentido de oportunizar uma mudança cultural assim como consolidar os ODS no contexto das organizações na sociedade conectada, representa relação direta com a capacidade informacional do indivíduo. A inter-relação expressa por Belluzzo (2018) entre competência em informação e midiática e as dinâmicas sociais representa uma demanda referente à capacidade de mobilizar conhecimentos para lidar com a mudança contínua de contextos, passando por temas que agem diretamente na vida das pessoas.

Na publicação de 2016 da Unesco “Marco de Avaliação Global da Alfabetização Midiática e Informacional”, destaca-se que é essencial para o desenvolvimento sustentável de qualquer sociedade que a população obtenha alfabetização midiática e informacional (AMI), uma vez que “a educação de qualidade para todos é reconhecida como um dos pilares do desenvolvimento econômico sustentável e de uma sociedade saudável, além de ser

fundamental para a construção de sociedades livres, participativas e democráticas”, o que exige o desenvolvimento de diferentes competências ao longo da vida que tendem a contribuir para o pensamento crítico e para resolução de problemas (UNESCO, 2016, p. 52). A AMI é definida

[...] como um conjunto de competências que empodera os cidadãos, permitindo que eles acessem, busquem, compreendam, avaliem e usem, criem e compartilhem informações e conteúdos midiáticos em todos os formatos, usando várias ferramentas, de forma crítica, ética e eficaz, com o objetivo de participar e de se engajar em atividades pessoais, profissionais e sociais (UNESCO, 2016, p. 17).

Além disso, a AMI também reúne as TICs e a alfabetização digital, redefinindo o conceito de alfabetização a partir de uma visada mais ampla que considera a “importância de os indivíduos trabalharem em seus próprios contextos sociais e conseguirem usar suas habilidades de alfabetização para navegar (na internet) e fazer o melhor uso das mudanças sociais” (UNESCO, 2016, p. 25). O objetivo maior da AMI é criar sociedades baseadas em conhecimento e facilitar a participação ativa dos cidadãos, tendo em vista a necessidade de assegurar direitos fundamentais referentes à liberdade de expressão e ao acesso à informação, sendo também “cada vez mais reconhecida como uma área importante para os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável e Agenda 2030” (UNESCO, 2016, p. 33).

A publicação MILID Yearbook de 2015⁸ teve como tema a “Literacia informacional e midiática para os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável” na qual reforça a importância do desenvolvimento de competências em informação e midiática para que a Agenda 2030 seja bem sucedida. O documento apresenta a perspectiva do desenvolvimento sustentável através de eixos temáticos: ensino e aprendizagem; organizações de mídia, provedores de informação e liberdade de expressão; diversidade linguística e diálogo intercultural; equidade de gênero e de pessoas com deficiência; meio ambiente, saúde e agricultura. Com o objetivo de discutir a interlocução desses temas, o documento reitera que a informação e o conhecimento são vitais ao desenvolvimento e que o alcance dos ODS depende que as pessoas, em todos os níveis da sociedade, adquiram “habilidades para acessar e avaliar criticamente as informações e para engajar efetivamente com mídias de todas as formas” (MILID, 2015, p. 23, tradução nossa).

⁸ O MILID Yearbook é uma colaboração entre a UNITWIN Cooperation Programme on Media and Information Literacy and Intercultural Dialogue, a International Clearinghouse on Children, Youth and Media at NORDICOM e a UNESCO. No ano de 2015 a publicação teve como tema “Media and Information Literacy for the Sustainable Development Goals”.

Ao considerar que existe um processo de construção simbólica que atravessa o espaço social e também organizacional, espaços esses em relação intrínseca, podemos pensar a sustentabilidade como um processo que é mediado pela comunicação, pela informação e por processos de aprendizagem, sendo que, por sua vez, tais processos ocorrem cada vez mais em ambientes digitais onde a convergência de diversos tipos de competências é possibilitada, como será discutido mais detalhadamente a seguir. Essas ideias iniciais permitem refletir sobre os entrelaçamentos possíveis entre comunicação, informação e aprendizagem na sociedade conectada, cujas relações oferecem caminhos, e também desafios, à promoção da cidadania no âmbito da Agenda 2030 e dos ODS, com atenção especial ao contexto das organizações e os novos papéis que delas são demandados diante de problemas globais.

Além disso, há de se reconhecer que as organizações constituem espaços de cultura, diálogo, interação, conhecimento e de construção de identidade, onde os sentidos são negociados e compartilhados e as pessoas são responsáveis pelo desempenho organizacional. Andrelo (2016, p. 7) contextualiza que o capital intelectual representa o principal ativo de uma organização e, nesse sentido, ressalta a importância da formação do público interno “[...] para que saibam selecionar e utilizar as informações mais relevantes em determinados ambientes organizacionais”, tendo como pressuposto o papel dialógico da comunicação onde os atores envolvidos exercem também o papel de emissores de informação e não somente o papel de receptores. Para isso é fundamental o desenvolvimento de competência em comunicação e informação que “pressupõe destreza no uso da linguagem digital em ambiente organizacional” (Ibid., p. 8). Como possibilidade para formação do público interno, a autora discute que o ato de ensinar sobre mídia representa uma oportunidade para “inserção de diversos temas relativos à organização, com o objetivo de criar o conhecimento sobre, por exemplo, responsabilidade social, imagem corporativa, missão, visão e valores” dadas as características dos conteúdos midiáticos e sua diversidade de suportes e linguagens (Ibid., p. 59).

Uma dessas possibilidades relaciona-se com a formação do público interno para a consolidação dos ODS, considerando sua importância para que novas culturas organizacionais possam ser construídas com base nos princípios da sustentabilidade e de suas dimensões intrínsecas. Engajar o público interno representa uma oportunidade de desenvolvimento para o indivíduo e para organização, cujos impactos extrapolam as fronteiras do espaço de trabalho para repercutir em outros domínios da vida.

Articular esse tema na perspectiva da competência em informação e midiática implica reconhecer o lugar da comunicação e seu papel educativo, sobretudo as relações entre

TICs e aprendizagem. As interlocuções apresentadas frente a necessidade de desenvolvimento de estratégias comunicacionais dialogam com as crescentes necessidades de adaptação à mudança no contexto organizacional, considerando as transformações e demandas impulsionadas pelo ambiente digital cujos impactos se fazem cada vez mais presentes na rotina, nos processos, nas dinâmicas e nas culturas das organizações.

Esse assunto é expandido no próximo tópico desta seção que visa argumentar sobre a relação entre comunicação e educação diante a complexidade das redes. Posteriormente, busca-se argumentar sobre como essas relações podem ser problematizadas no contexto das organizações e da educação do público interno, tendo como foco a aprendizagem ao longo da vida e o desenvolvimento de competências em informação e midiática enquanto processos que dialogam com temas de interesse social, como no que se refere à construção de culturas de sustentabilidade e à consolidação dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável.

3.1 Redes digitais como espaços de conhecimento e de circulação de sentidos

O ciberespaço é composto pelos sistemas de comunicação eletrônicos e informações codificadas digitalmente que “condiciona o caráter plástico, fluido [...] hipertextual, interativo e [...] virtual da informação” (LÉVY, 1999, p. 92), onde reside a possibilidade de compartilhamento e também de interação (diálogo e reciprocidade/ relação entre as pessoas/ laço social), trazendo consequências para os sistemas de aprendizagem e para as organizações do trabalho na medida que possibilita a combinação de vários modos de comunicação em diferentes graus de complexidade.

Esse “novo espaço de comunicação, de sociabilidade, de organização, de transação, mas também novo mercado da informação e do conhecimento” (Ibid., p. 32) comporta novas estruturas como a digitalização da informação, a produção de hipertextos e hiperlinks, simulações, realidades virtuais e interatividade através da internet, resultando um ambiente que é fruto das novas redes de comunicação, de transmissão de saber, de troca de conhecimentos, sendo assim um acontecimento que transforma as condições de vida em sociedade e instaura uma nova pragmática das comunicações. É também espaço de signos e sentidos, de interação, produção e compartilhamento, de construção e desconstrução de narrativas, ideologias, modos de expressão e de compreensão da realidade, conformados a partir de uma concepção multimodal que é possível nestes ambientes e que estão amparadas por uma infraestrutura de tecnologias digitais.

Nesse sentido, Lévy (1999, p. 49) esclarece que “a extensão do ciberespaço acompanha e acelera uma virtualização geral da economia e da sociedade”, sendo a virtualidade algo real, ainda que não possa ser fixada em uma coordenada espaço-temporal. Assim, o computador enquanto aparato tecnológico e as lógicas digitais decorrentes da sua operacionalização tem como característica um processo de virtualização da informação que é marcado pela ubiquidade, atribuindo ao ciberespaço um traço virtualizante e desterritorializante cujo impacto se estende para as relações de comunicação em grupo, entre grupos e também na relação com o conhecimento. Além disso,

[...] o ciberespaço suporta tecnologias intelectuais que amplificam, exteriorizam e modificam numerosas funções cognitivas humanas: memória (banco de dados, hiperdocumentos, arquivos digitais de todos os tipos), imaginação (simulações), percepção (sensores digitais, telepresença, realidades virtuais), raciocínios (inteligência artificial, modelização de fenômenos complexos) (LÉVY, 1999, p. 157).

As novas tecnologias intelectuais podem favorecer, por exemplo, “novos estilos de raciocínio e conhecimento, tais como a simulação, verdadeira industrialização da experiência do pensamento, que não advém nem da dedução lógica nem da indução a partir da experiência” (Ibid, p. 157). O autor descreve que no ciberespaço o compartilhamento em rede permite a facilitação do acesso ao conhecimento onde o saber se estabelece como fluxo, potencializando a inteligência coletiva e individual ao passo que também provoca mudanças profundas no que diz respeito à aprendizagem, onde os espaços de conhecimento devem ser “emergentes, abertos, contínuos, em fluxo, não lineares, se organizando de acordo com os objetivos ou os contextos, nos quais cada um ocupa uma posição singular e evolutiva” (Ibid., p. 157).

Para Castells, toda realidade é percebida de maneira virtual, mediada pela comunicação e pela representação simbólica onde a forja de sentidos é marcada por múltiplas interpretações, fruto do caráter polissêmico de nossos discursos. No universo das redes, onde incidem diferentes linguagens e formas de expressão, é que a multimodalidade ganha substância, decorrente da diversidade e versatilidade comunicacional onde o fenômeno da atemporalidade e desterritorialização é facilitado pelo sistema de comunicação em rede que transforma radicalmente o espaço e o tempo (CASTELLS, 2013).

Considerar a configuração desse espaço como multimodal nos ajuda a refletir sobre novas formas de aprendizagem que dele derivam. Lévy argumenta sobre as implicações no processo de recepção de mensagens que possibilitam a ativação de diferentes sentidos, tanto

em função das *modalidades perceptivas*, representadas pelos sentidos implicados pela recepção da informação (exemplo: impresso/ visão; cinema/ visão e audição; realidades virtuais/ visão, audição, tato e cinestesia no sentido interno dos movimentos do corpo), assim como dos *tipos de representação*, referente ao uso de diferentes linguagens (músicas, fotografias, desenhos, símbolos, etc.) que incidem em uma mesma modalidade perceptiva.

O autor define palavras-chave que ajudam a compreender as dimensões da comunicação com intuito de diferenciar a expressão multimídia da ideia de multimodalidade. Assim, mídia é entendida como suporte ou veículo de uma mensagem (o impresso, o rádio, a televisão, o cinema, a internet) onde incidem as modalidades perceptivas e os tipos de representação, sendo também marcada pela codificação (sistema de gravação e transmissão; analógico/digital); por dispositivos informacionais (relação entre elementos informacionais; linear/ em rede/ mundos virtuais e espaço contínuo/ fluxos de informação); e por dispositivos comunicacionais (relação entre participantes da comunicação; um-todos/ um-um/ todos-todos). Multimídia seria então o emprego de diversos suportes ou veículos de comunicação e multimodalidade as informações multimodais que mobilizam modalidades sensoriais diversas (visão, audição, tato, sensações proprioceptivas/cinestesia) (LÉVY, 1999).

Para Castells (2013), o termo multimídia pode ser entendido como ambiente simbólico onde a integração de diferentes veículos de comunicação e seu potencial interativo se estende para vários domínios da vida. A fusão da mídia de massa personalizada e globalizada com a comunicação mediada por computadores figura no ambiente digital seu potencial interativo gerando consequências sociais distintas.

As três formas de comunicação (interpessoal, comunicação de massas e auto comunicação de massas) coexistem, interagem e, ao invés de se substituírem, complementam-se entre si, o que é historicamente novidade, e tem enormes consequências para a organização social e a mudança cultural, e a articulação de todas as formas de comunicação num hipertexto digital, interativo e complexo que integra, mistura e recombina na sua diversidade uma ampla variedade de expressões culturais produzidas pela interação humana (CASTELLS, 2013, p. 98).

Uma característica importante da multimídia é sua capacidade de articular expressões culturais a partir de sua diversidade, o que “induz uma integração de todas as mensagens em um padrão cognitivo comum” (CASTELLS, 1999, p. 458). O autor propõe que “seu advento é equivalente ao fim da separação e até da distinção entre mídia audiovisual e mídia impressa, cultura popular e cultura erudita, entretenimento e informação, educação e persuasão” (Ibid., p. 458). O universo digital possibilita mesclar expressões que extrapolam contextos temporais

e espaciais e permitem a construção de um novo ambiente simbólico que “fazem da virtualidade nossa realidade” (Ibid., p. 458). O autor também comenta que:

[...] do ponto de vista do usuário (como receptor e emissor, em um sistema interativo), a escolha das várias mensagens no mesmo modo de comunicação [...] reduz a distância mental entre as várias fontes de envolvimento cognitivo e sensorial. A questão em jogo não é que o meio seja a mensagem: mensagens são mensagens. E, como mantêm suas características específicas de mensagens enquanto são misturadas no processo de comunicação simbólica, elas embaralham seus códigos nesse processo criando um contexto semântico multifacetado composto de uma mistura aleatória de vários sentidos (CASTELLS, 1999, p. 458).

Avançando tais entendimentos, Castells (1999, p. 413) articula um pensamento sobre o processo de evolução da tradição oral até o estado de “espírito alfabético” que transformou a comunicação humana e “proporcionou a infraestrutura mental para a comunicação cumulativa baseada em conhecimento”. Atualmente o sistema de comunicação em rede permitiu a integração de vários modos de comunicação (escrita, oral e audiovisual) que compõem as infovias que se transformam digitalmente.

A integração potencial de texto, imagens e sons no mesmo sistema – interagindo a partir de pontos múltiplos, no tempo escolhido (real ou atrasado) em uma rede global, em condições de acesso aberto e de preço acessível – muda de forma fundamental o caráter da comunicação. E a comunicação, decididamente, molda a cultura porque, como afirma Postman “nós não vemos ... a realidade ... como ‘ela’ é, mas como são nossas linguagens. E nossas linguagens são nossos meios de comunicação. Nossos meios de comunicação são nossas metáforas. Nossas metáforas criam o conteúdo de nossa cultura” (CASTELLS, 1999, p. 414).

A cibercultura, compreendida como a cultura das redes ou cultura digital, pode então ser pensada como um fenômeno social de comunicação que altera as relações sociais e também as perspectivas de recepção e emissão de informação, onde reside a necessidade de uma qualificação dos usos diante da ampliação das possibilidades de leitura e de produção de conteúdo. O pensamento de Lévy reforça a ideia de uma cultura contemporânea marcada por processos sociais mediados pelos dispositivos digitais que configuram uma convergência midiática entre as microtecnologias de base eletrônica e as telecomunicações, que ampliam a capacidade de produção, distribuição e circulação da informação, reconfigurando muitas áreas da vida social. Uma delas diz respeito à capacidade cognitiva para usar as redes e criar significados a partir das interações simbólicas das múltiplas linguagens que coexistem no ciberespaço e que favorecem a aprendizagem ubíqua.

Santaella (2013, p. 23) desenvolve uma reflexão sobre o conceito, que é decorrente das novas formas de aprendizagem mediadas por dispositivos móveis, e aponta que “entre outros aspectos derivados das condições propiciadas pelas tecnologias do acesso e da conexão contínua, notáveis são aqueles que afetam diretamente as formas de educar e de aprender”. A autora esclarece que “a aprendizagem ubíqua, espontânea, contingente, caótica e fragmentária é tão inadvertida e não deliberada que prescinde da equação ensino aprendizagem - o que emerge é um novo processo de aprendizagem sem ensino” (Ibid., p. 24) e complementa que a possibilidade de um aprendizado aberto é decorrente da mobilidade do usuário e de uma forma de continuidade de acesso à informação, à comunicação e ao conhecimento, sendo possível saciar demandas diversas dos usuários como a “curiosidade sobre qualquer assunto a qualquer momento e em qualquer lugar” (Ibid., p. 26).

Para Santaella, isso permite a existência de um leitor ubíquo dotado de uma prontidão cognitiva que permite que o usuário possa se orientar no contexto multimídia “sem perder o controle de sua presença e do seu entorno no espaço físico em que está situado” (Ibid., p. 20). A autora também esclarece que existem tipos de leitores onde diferentes formas de aprendizagem são acionadas e conduzem potenciais e limites próprios e que a existência de um novo tipo de leitor, bem como os processos cognitivos por ele desempenhados, não leva os demais ao desaparecimento. Ao contrário, “cada um deles aciona habilidades cognitivas específicas de modo que um não pode substituir o outro. Cada um deles contribui de modo diferencial para a formação de um leitor provido de habilidades cognitivas cada vez mais híbridas” (Ibid., p. 26).

Ora, o treinamento sensorio, perceptivo e mental, que o acesso contínuo a essas mídias produz, traz como consequência inevitável que esses sujeitos aprendam de modo muito distinto daquele em que foram formadas as gerações anteriores, pois são desenvolvidas novas expectativas de liberdade, flexibilidade em relação ao momento e ao local da prática, uma necessidade de instantaneidade que se opõe às práticas culturais tradicionais, dependentes de um longo tempo como aquele exigido pela leitura de livros e jornais (SANTAELLA, 2013, p. 25).

Dessa forma, a autora explica que o ciberespaço “favorece a emergência de práticas de autoformação. Mas o equilíbrio entre a difusão indiscriminada da informação e a construção individualizada do conhecimento é muito instável” (Ibid., p. 25), fruto das características do universo das redes que é um “espaço em constante mutação, dispersivo e assistemático. O que ele tem de positivo, a oferta desmedida de informação que pode potencializar a aprendizagem, é contrabalançada, no outro extremo, pela ausência de

orientação” (Ibid., p. 27). A autora também faz uma distinção importante para caracterizar o que ela considera como aprendizagem ubíqua:

Embora seja amplamente empregado entre os especialistas em educação, o uso da expressão TIC é genérico e oculta, por trás dessa generalidade, sutis e importantes distinções devem ser estabelecidas entre os diversos tipos de tecnologias de informação e comunicação. As distinções são importantes na medida em que cada novo estágio tecnológico introduz um modelo educacional e processos de aprendizagem que lhe são próprios, a saber: processos baseados na tecnologia do livro; a educação a distância; aprendizagem em ambientes virtuais; aprendizagem móvel; aquilo que estou chamando de aprendizagem ubíqua (SANTAELLA, 2013, p. 24).

Embora o pensamento de Santaella seja marcadamente uma percepção de aprendizagem intimamente relacionada aos aspectos tecnológicos enquanto espaço de possibilidades para processos cognitivos diversos, a autora também se ampara na evolução das mídias e das linguagens para sistematizar sua concepção. Além disso, a autora ressalta a relevância da comunicação e de suas mudanças tecnológicas na sociedade bem como suas implicações culturais, políticas e educacionais, assim como também nos alerta Lévy e Castells.

Ao discutir sobre a necessidade de articulação entre o sistema comunicacional com as dinâmicas da cultura e da educação, Martín-Barbero (2000, p. 128) explica que falar de comunicação parte do reconhecimento do papel fundamental que o conhecimento e a informação ocupam na sociedade e nas relações sociais que encontram-se cada vez mais mediadas pelas tecnologias dos sistemas de comunicação. Esse contexto representa novos modos de perceber o espaço e o tempo e resulta um novo tipo de sensibilidade com impacto direto na cultura e na aprendizagem, possibilitando novas relações com o saber a partir do ecossistema comunicativo “do qual emerge outra cultura, outro modo de ver e ler, de aprender e de conhecer”, onde linguagens, sentidos e saberes circulam pela sociedade de modo diverso e difuso. Complementando esse pensamento Citelli (2016) argumenta:

Os discursos verbais e não verbais, as hipertextualidades, as estratégias de interconectividade, para ficarmos nalguns marcadores, permitem à representação/construção de valores, conceitos, ideias, circular pelos vários suportes de comunicação, às vezes de maneira inusitada, mas que resultam em aberturas para novas formas de ler, compreender, sentir, perceber, produzir. O caráter multidimensional dos discursos pode estar assentado no telefone celular, na televisão, no computador ou na convergência entre eles, descortinando uma realidade alvissareira para o mundo da educação (CITELLI, 2010b, p. 82).

Martín-Barbero (2000, p. 130) também enfatiza a relação entre cidadania, democracia, educação e as tecnologias de informação e comunicação, assumindo a tecnicidade midiática como uma dimensão estratégica da cultura: “o cidadão de hoje pede ao sistema educativo que o capacite a ter acesso à multiplicidade de escritas, linguagens e discursos nos quais se produzem as decisões que o afetam, seja no campo de trabalho, seja no âmbito familiar, político e econômico” onde reside a importância de despertar para o uso crítico e criativo dos meios audiovisuais e das tecnologias informáticas. O autor esclarece que diante do ecossistema comunicativo existe uma demanda para uma alfabetização que considere tanto o contexto das multimídias quanto da transformação que os hipertextos informáticos têm sobre a leitura e escrita, o que implica um desafio para governos na formulação de políticas educacionais frente as transformações tecnológicas no universo do ecossistema comunicativo e também das redes digitais.

Se por um lado a infraestrutura digital possibilita a interação comunicacional em escala global e amplia a existência de multimídias e multimodalidades cujos impactos atravessam o tecido social e as relações com o saber, paralelamente o fenômeno da midiática também figura como processo (e teoria) que pode contribuir para aprofundar o entendimento sobre as relações entre comunicação e aprendizagem.

Martino (2019, p. 18) esclarece que a midiática pode ser entendida como um processo de “articulação entre o ambiente midiático e as práticas sociais dentro de um contexto histórico, social e político” considerando tal abrangência para além da ótica da influência ou efeito de tal processo. O autor considera que essa articulação se dá “entre a mídia, entendida, simultaneamente, como instituição, tecnologia e linguagem e as práticas sociais, compreendidas como ações cotidianas em seu contexto de desigualdades e conflitos históricos, econômicos e sociais.

O conjunto dessas três dimensões da mídia – técnica, instituição e linguagem – formam o que Meyrowitz (1999) define como “ambiente midiático”. A proposição indica a ubiquidade da mídia no cotidiano. Isso presume uma alteração nas práticas sociais anteriores que, se nem por isso deixam de existir, ganham novos contornos em sua articulação com a mídia (MARTINO, 2019, p. 24).

Fausto Neto (2006, p. 9) explica que a midiática da sociedade pode ser representada pela combinação “de conhecimentos e operações estruturadas nas formas de tecnologias de informação que criam novos ambientes e nos quais se produzem novas formas de interações, que tem como referências lógicas e processos discursivos voltados para a

produção de mensagens”. Já Martino (2019, p. 21) defende que ao utilizar o conceito de articulação para refletir sobre midiatização, o intuito é o “de superar algumas dicotomias persistentes entre mídia e sociedade, nos estudos de Comunicação, pautadas em modelos transmissivos da mídia”, baseado na constatação de que a mídia ocupa um espaço relevante dentro das práticas sociais, provocando novos desdobramentos e a negociação de sentidos quando em articulação com o ambiente das mídias digitais. Para compreender as práticas sociais enquanto dinâmicas de significado em seus discursos, dinâmicas e contextos, o autor esclarece dois elementos principais relacionados ao conceito de midiatização:

Em primeiro lugar, trata-se de uma perspectiva relacional, no qual a interação com o outro é um ponto fundamental: não existe prática social sem referência a um contexto social que ao mesmo tempo a produz e a legitima. Esse “contexto social”, no entanto, não existe enquanto entidade abstrata, mas se materializa no conjunto de relações cotidianas. A prática social implica, nesse sentido, uma relação de comunicação (MARTINO, 2019, p. 26).

Buckingham (2012) entende que no processo de interação em ambientes digitais existe a conformação de uma cultura onde as diversas formas de ver o mundo são também decorrentes das profundas alterações (com e da) mídia ao longo do tempo, representada pela diversidade de comunicações, linguagens e materiais simbólicos que circulam e que permitem além da interação, a produção de sentidos e de conhecimento. O autor indaga sobre a necessidade de educação para os meios refletindo sobre o ensino de mídia na era da cultura participativa, em especial nos espaços de educação formal, porém não limitados à estes.

Para além da relação de uso e consumo, Buckingham considera que o advento da mídia digital tem como potencialidade a criação de conhecimento e sua concepção tem foco na educação para os meios como possibilidade de entendimento sobre como fazer e como analisar mídia.

Entusiastas dos novos meios de comunicação tipicamente alegam que as novas mídias exigem uma orientação completamente diferente no tocante à informação, além de outra fenomenologia de uso, outra política de conhecimento e um modo de aprendizagem diferente. Se for assim, isso potencialmente tem implicações de longo alcance para a *pedagogia* – e não somente sobre *o que* nós ensinamos, mas também sobre *como* ensinamos (BUCKINGHAM, 2012, p. 43, grifos do autor).

Tal como assinala Lévy, Martín-Barbero e Citelli, Buckingham também se preocupa com o processo de legitimidade do ato de ensinar ao considerar as diferenças culturais entre

docentes e discentes, provocadas pelas formas de relacionamento desses atores com as tecnologias e com os produtos midiáticos, que é marcado não apenas por diferenças geracionais, mas também por desigualdades no acesso e na experiência dos públicos com os meios e também com a criação e com o consumo de conteúdos.

Sobre os imperativos críticos da educação para os meios, Buckingham (2012, p. 52) destaca que “a ênfase na análise crítica pode sancionar uma abordagem racionalista bastante superficial incapaz de representar fielmente as maneiras complexas (e não menos emocionais) pelas quais nós realmente nos relacionamos com a mídia” sendo que tal perspectiva precisa ser revista no sentido de não reduzir a “noção de crítica como mera forma de defesa ou inoculação contra influências”.

Para evitar tal equívoco é necessário capacitar para uma participação ativa na cultura de mídia que, para ser crítica, demanda o entendimento das dimensões econômicas, sociais e culturais da mídia assim como a superação da visão instrumental da tecnologia nos processos de aprendizagem. Ampliando essa reflexão Citelli (2010a) destaca que:

[...] a comunicação transformou-se em dimensão estratégica para o entendimento da produção, circulação e recepção dos bens simbólicos, dos conjuntos representativos, dos impactos materiais – afinal estamos falando, também, de uma indústria que faz computadores, vende celulares, televisores de alta definição etc. Tal conjunto de sistemas e processos está provocando profundas transformações sociais, de algum modo promovendo impactos diretamente na vida dos homens e mulheres do nosso tempo, quer velando, quer revelando ou desvelando informações e conhecimentos (CITELLI, 2010a, p. 15).

Citelli (2010a, p. 13) também discorre sobre os vínculos entre comunicação e educação formal destacando o “desafio representado pelas TICs, pelas intercorrências das culturas mediáticas, pelas novas maneiras de os sujeitos serem e estarem no mundo”, tendo como outros efeitos dessa mudança “as relações *media*-escola, a alfabetização para a comunicação, a leitura crítica dos meios e os estatutos que animam as relações ensino-aprendizagem promovidas, agora, por novos dispositivos de produção, circulação e recepção do conhecimento e da informação”. O autor propõe sete dimensões para o entendimento dos desafios relacionados ao vínculo entre comunicação e educação, que estão resumidas no Quadro 2.

Quadro 2. Desafios da relação comunicação e educação

1) Ajuste de projeto	“pressupõe a necessidade de situar as questões comunicacionais em vínculos com a formação dos cidadãos” a partir da constatação de que “a comunicação ganhou dimensão estratégica em um mundo cada vez mais interconectado e dependente das redes digitais, dos trânsitos de informações, dos conhecimentos compartilhados” (p. 76);
2) Sujeito na história	“temas afeitos às novas sociabilidades, sensibilidades, modos de ver, perceber, indicando distintas rotas para as relações ensino-aprendizagem” (p. 77);
3) Políticas de comunicação e educação	“ao precedente requisito acerca da entrada das mídias na escola há que se vincular, sobre elas, perguntas do tipo: o que são, o que fazem, como se estruturam (p. 78);
4) Lugar das tecnologias	“deve ser aquele voltado aos interesses de uma educação anteriormente definida como emancipadora, capaz de facultar autonomia de pesquisa e, sobretudo, reconhecimento do sujeito no mundo” (p. 80);
5) Entendimento da educação para o futuro	“entender como se elabora o compósito entre dispositivos e sentidos por eles e neles construídos é matéria decisiva para que os sujeitos conheçam e se reconheçam no interior de um mundo cifrado pela complexidade do conhecimento” e “observar de maneira mais detida como a comunicação, fenômeno estratégico, elabora vínculos e impacta nos andamentos da vida associada” (p. 81);
6) Dimensões discursivas	“entendimento de que falamos de um mundo no qual ocorre ampla redefinição do sensório, das vivências culturais, das aprendizagens, das habilidades para se trabalhar com os novos sistemas de codificação” (p. 83);
7) Formação docente	“professores deixarão de ser doadores de informações entrando no território dos facilitadores do aprendizado” (p. 83);

Fonte: Citelli (2010b).

O último desafio discutido por Citelli reflete uma perspectiva semelhante à defendida por Lévy (1999, p. 171), na qual o autor argumenta que a competência do professor “deve deslocar-se no sentido de incentivar a aprendizagem e o pensamento. O professor torna-se um animador da inteligência coletiva dos grupos” ocupando-se do acompanhamento e gestão das aprendizagens, tendo em vista “o incitamento às trocas de saberes, a mediação relacional e simbólica, a pilotagem personalizada dos percursos de aprendizagem etc.”.

Citelli (2010b, p. 84) conclui que, diante dos desafios envolvendo comunicação e educação, “o problema central diz respeito às profundas mudanças culturais e de redefinições quanto aos modos de ver, sentir e aprender que marcam o mundo dos jovens”. Embora Citelli argumente sobre as diversas formas e espaços de aprendizagem, seu pensamento se concentra prioritariamente nas relações entre comunicação e educação no âmbito escolar e nas práticas de ensino e aprendizagem. No entanto, a articulação proposta tanto por Citelli como por

Buckingham nos ajuda a compreender interlocuções entre comunicação e educação cujas constatações revelam pontos de contato importantes que extrapolam o universo escolar.

Não somente o mundo dos jovens e da educação formal é afetado por tais mudanças culturais, já que tal processo refere-se à uma acomodação mais ampla que tem implicações nos modos de ver, sentir e aprender que extrapolam o contexto escolar, estendendo seu impacto à vida cotidiana de pessoas de todas as faixas etárias e classes sociais que podem interagir com os sistemas de informação e comunicação em quaisquer níveis de complexidade e para quaisquer finalidades.

Braga (2001), Santaella (2013) e outros autores reforçam esse ponto evidenciando que a aprendizagem, mediada ou não pela tecnologia, é um processo que acontece para além dos espaços formais. Andrelo (2016) amplia essa visada ressaltando que não se pode ignorar o papel educativo dos meios de comunicação de massa na sociedade diante da interação dos meios com os públicos. É preciso reconhecer os diversos tipos de aprendizagem que ocorrem para além do espaço escolar, o que de modo algum diminui sua importância na formação de cidadãos críticos. A autora complementa que:

Há que se considerar, portanto, que, além de serem grandes indústrias que geram lucro e empregos diretos e indiretos, os meios de comunicação formam o mais expressivo sistema de informação, representação, identidade e expressão, principalmente se considerarmos os avanços recentes da internet. Essa situação é um indicativo de que a mídia tem papel fundamental no que diz respeito à educação não-formal e que é preciso formar as pessoas para o seu uso crítico e criativo” (ANDRELO, 2012, p. 104).

Citando a aprendizagem como fenômeno social, Braga (2001) contextualiza que aprender é um processo que ocorre por experiência direta com as coisas ou por interação com materiais simbólicos que, no âmbito da sociedade mediática enquanto espaço de conhecimento e de relevância para a cidadania, possibilita uma forte expansão na quantidade e no perfil dos espaços da aprendizagem.

O autor destaca que para além dos espaços educacionais formais, outras dimensões servem aos processos de aprendizagem tendo a família, a cultura e as aprendizagens práticas como espaços de desenvolvimento. Considerando a diversificação de processos mediáticos (jornal, cinema, rádio, tv, redes informáticas) e a complexificação de processos sociais, Braga (2001, p. 5) comenta que o campo mediático não cabe “nem no espaço espontâneo do mundo da vida, nem no espaço das intencionalidades educacionais” e compara os “processos de comunicação social midiaticamente ativados” como vetor adicional de aprendizagem onde os

processos mediáticos são também processos culturais baseados na interação entre usuários e materiais simbólicos. Sobre os usuários como receptores ativos e interagentes, Braga comenta:

Os usuários, ao selecionar em meio à profusão da oferta, movidos por critérios pessoais, mas sobretudo culturais-sociais, devem resolver problemas práticos para realizar essa tomada de decisão. Selecionados seus produtos mediáticos, não simplesmente os “absorvem”, mas interagem com estes, sofrem suas interpelações, reagem, interpretam. *E aí já temos aprendizagem* (BRAGA, 2001, p. 7, grifos do autor).

Braga (2001, p. 16) esclarece que “a sociedade moderna e a cultura parecem “solicitar” e pretender induzir o comportamento do “aprender a aprender”. Essa dimensão de aprender com / nos / através processos mediáticos no contexto dos meios dialogais, ou de rede, é sustentado pela ideia de que a ampliação das trocas, a maior diversidade de interlocutores e a necessidade de seleções representam estímulos ao processo de aprendizagem que, segundo o autor, acontece em dois níveis:

[...] um deles é o trabalho de “leitura crítica” da mídia (do que é disponibilizado comercialmente para o público); o outro é o da chamada “*media education*” - o ensino voltado para o uso produtivo, para a criação de produtos mediáticos, e para o domínio das lógicas da comunicação mediatizada (BRAGA, 2001, p. 10).

Citelli (2010) defende que a vinculação entre comunicação e educação é fruto de preocupações que se materializam na interface desses dois campos, motivadas pela indagação sobre os novos modos de ser e estar no mundo, ativando “estudos, pesquisas e mecanismos de intervenção social [...] cuja tradução recebe o nome de mídia-educação; *media literacy*; *comunicación e educación*; comunicação educativa, ou, [...] educomunicação (CITELLI, 2010b, p. 78). Sobre os conceitos que tratam da educação no contexto midiático, encontramos na literatura diversas interpretações e termos que visam atribuir significado para um conjunto de ações pedagógicas, como resumem Siqueira e Cerigatto (2012):

Mídia-educação, leitura crítica dos meios, educomunicação, educação para a mídia e *media literacy* são alguns dos termos usados para caracterizar uma área interdisciplinar do conhecimento que se preocupa em desenvolver formas de ensinar e aprender aspectos relevantes da inserção dos meios de comunicação na sociedade. Assim, a “literacia em mídia” é o resultado esperado dessas ações pedagógicas, que envolvem, necessariamente, a compreensão crítica e a participação ativa (SIQUEIRA; CERIGATTO, 2012, p. 239).

Martino e Menezes (2012) tecem considerações sobre o conceito de *media* e de *literacy*, evocando a polissemia que recai sobre os termos e como a combinação desses conceitos pode ser traduzida a partir de concepções distintas. Buscando articular os limites e possibilidades conceituais que permitem organizar o campo da experiência, os autores propõem uma reflexão etimológica para confecção de conceitos e intermediação de significados para compreender como a expressão *media literacy* se relaciona com os estudos de comunicação. Para os autores, o fenômeno da comunicação é compreendido de diferentes maneiras pelas teorias da comunicação, onde a noção de “mídia” pode ser representada pelo processo comunicacional, pelo ambiente onde a comunicação ocorre, ou ainda pela ideia de intermediação onde se estabelece a relação entre os indivíduos. Já a noção de “*literacy*” está associada à ideia de alfabetização e letramento onde novas capacidades emergem em função das transformações dos ambientes comunicacionais.

Essa relação expressa a articulação entre os indivíduos e os meios que demanda uma “educação dos sentidos” e constitui a noção de competência como imperativo para construção de relações, entendendo o processo “[...] como reflexivo e auto-reflexivo, pensando a mídia como *parte* do contexto do indivíduo, apto a encontrar trilhas para a compreensão do ambiente no qual está inserido”. Assim, a compreensão da *media literacy* considera os fluxos de sentidos produzidos no ambiente midiático para além dos aspectos técnico-instrumentais e incluem “[...] fatores sociais, econômicos e culturais no qual indivíduo, coletividade, instituições e meios de comunicação estão envolvidos e interligados de maneira orgânica” (MARTINO; MENEZES, 2012, p. 12).

Isso significa buscar a formação de um repertório que permita a decodificação, apreensão, reconstrução e uso não apenas de mensagens direcionadas, oriundas desta ou daquela mídia, mas de todo um *modus operandi* do espaço social no qual as mediações simbólicas acontecem *na* e *a partir da* comunicação, pensada como processo articulado ao conjunto das práticas relacionais (MARTINO; MENEZES, 2012, p. 13-14, grifos do autor).

Outra concepção também nos ajuda a refletir sobre a relação entre comunicação e aprendizagem, como apresentam Bévort e Belloni (2010). As autoras resgatam a evolução do conceito de mídia-educação, seus marcos históricos e características, defendendo que a cidadania só é possível se o indivíduo é capaz de uma apropriação crítica e criativa das mídias disponíveis pelo progresso tecnológico, bem como se faz fundamental sua integração aos processos educacionais.

Nesse sentido, a mídia-educação se situa na intersecção dos campos da educação e da comunicação e exige abordagens interdisciplinares de diferentes disciplinas das ciências humanas para sua compreensão e prática. Além disso, as mídias constituem “[...] espaço de socialização e de produção, reprodução e transmissão de cultura” e conduzem a “[...] novos modos de perceber a realidade, de aprender, de produzir e difundir conhecimentos e informações” (BÉVORT; BELLONI, 2009, p. 1083). Na perspectiva da mídia-educação, é preciso “[...] considerar suas duas dimensões inseparáveis: *objeto de estudo e ferramenta pedagógica*, ou seja, como educação para as mídias, com as mídias, sobre as mídias e pelas mídias” (Ibid., p. 1084).

Endossando tal perspectiva, têm-se que, a partir da centralidade da informação e dos meios de comunicação como mediadores entre os públicos e a realidade concreta, as TICs devem ser encaradas não apenas como ferramentas ou suporte do processo de aprendizagem (educação pelas mídias), mas como possibilidade de desenvolvimento crítico para diferentes temas, o que envolve a formação de competência midiática (educação às mídias) (ANDRELO, 2012).

Com referência aos aspectos da competência midiática, Martino e Menezes (2012) destacam a proposição de Bauer (2012) sobre os comportamentos associados ao seu desenvolvimento diante da perspectiva da transformação social:

Habilidade - conhecer quais são as operações da mídia e como lidar com elas; **Capacidade** - dispor dos meios cognitivos, ativos e afetivos de trabalhar com a mídia; **Responsabilidade** ser consciente do que a mensagem significa para si e para os outros: consequências; **Comprometimento moral** - estar atento aos valores implicados na tomada individual de decisões concernentes, no caso, ao uso, conhecimento e participação na mídia (MARTINO; MENEZES, 2012, p. 16).

Siqueira e Cerigatto (2012) consideram que é fundamental preparar o indivíduo para o uso crítico dos conteúdos midiáticos, o que exige o desenvolvimento de competências já que as concepções sobre alfabetização são profundamente alteradas pelas formas digitais de comunicação onde ocorrem a convergência de linguagens, mídias e possibilidades de apropriação dos significados. A partir de Buckingham (2003), as autoras pontuam os atributos que uma pessoa “literada” possui e os quatro saberes a ela associados: “1) Sabe construir uma narrativa em cima das imagens e textos; 2) Sabe fazer perguntas; 3) Sabe gerar hipóteses; 4) Sabe procurar respostas” (SIQUEIRA; CERIGATTO, 2012, p. 242).

Sobre a questão da competência sob o prisma comunicacional, Ferrés e Piscitelli (2015, p. 4) a definem como um termo que está além do aspecto instrumental no sentido de conduzir ao aprimoramento pessoal além da eficácia profissional. Nesse sentido, a competência midiática é considerada como aquela que visa “[...] contribuir para o desenvolvimento da autonomia pessoal de cidadãos e cidadãs, bem como o seu compromisso social e cultural”. A competência midiática se insere em um contexto onde novos sistemas de representação são criados que combinam o potencial da cultura participativa com o desenvolvimento da capacidade crítica.

Para os autores, a educação midiática deve ser transmitida de maneira ativa, participativa e lúdica e deve considerar ainda a influência dos processos emotivos e inconscientes, a dimensão emocional das pessoas que interagem com as telas e a necessidade de potencializar a dimensão participativa dos processos de comunicação. Essa perspectiva demanda que os processos de análise assumam uma abordagem dialógica que considere o envolvimento do interlocutor além de uma capacidade crítica sobre o próprio senso crítico.

A contribuição de Ferrés e Piscitelli (2015) se desdobra em uma proposta metodológica que articula dimensões (Linguagem; Tecnologia; Processos de interação; Processos de produção e difusão; Ideologia e valores; Estética), e indicadores (âmbito de análise; âmbito de expressão) sendo que tal abordagem considera o indivíduo como prosumidor, que é aquele que consome, produz e dissemina mensagens. Já as dimensões propostas buscam evitar o reducionismo na interpretação do fenômeno midiático e permitir a avaliação do grau de competência midiática com olhar para práticas de cidadania. Para fins desta pesquisa, foi selecionado um indicador (análise e expressão) para cada dimensão que os autores elencam, tendo em vista a construção da proposta educativa que é um dos objetivos deste trabalho. Os indicadores selecionados estão descritos no Quadro 3.

Quadro 3. Dimensões e indicadores da competência midiática

	ÂMBITO DE ANÁLISE	ÂMBITO DE EXPRESSÃO
Linguagem	<ul style="list-style-type: none"> • Capacidade de analisar e avaliar as mensagens a partir da perspectiva do significado e do sentido, das estruturas narrativas e das convenções de gênero e de formato. 	<ul style="list-style-type: none"> • Capacidade de escolher entre diferentes sistemas de representação e estilos em razão da situação comunicativa, do tipo de conteúdo a ser transmitido e do tipo de interlocutor.
Tecnologia	<ul style="list-style-type: none"> • Capacidade de manusear as inovações tecnológicas tornando possível uma comunicação multimodal e multimídia. 	<ul style="list-style-type: none"> • Capacidade de adaptar as ferramentas tecnológicas aos objetivos comunicativos almejados.

Processos de Interação	<ul style="list-style-type: none"> • Capacidade de avaliar os efeitos cognitivos das emoções: ter consciência das ideias e valores que se associam aos personagens, ações e situações e que geram, de acordo com os casos, emoções positivas e negativas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Atitude ativa na interação com as telas, entendida como oportunidade para construir uma cidadania mais plena, um desenvolvimento integral, para transformar o indivíduo e o seu entorno.
Processos de Produção e difusão	<ul style="list-style-type: none"> • Conhecimento das diferenças básicas entre as produções individuais e coletivas, populares e corporativas, e no caso da última, de titularidade pública ou privada. 	<ul style="list-style-type: none"> • Capacidade de compartilhar e disseminar informação através dos meios tradicionais e das redes sociais, incrementando a visibilidade das mensagens, em interação com comunidades cada vez mais amplas.
Ideologia e valores	<ul style="list-style-type: none"> • Capacidade de descobrir o modo como as representações midiáticas estruturam nossa percepção da realidade, frequentemente em relação às comunicações inadvertidas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Capacidade de elaborar produtos e modificar os existentes para questionar valores ou estereótipos presentes em determinadas produções midiáticas.
Estética	<ul style="list-style-type: none"> • Capacidade de extrair prazer dos aspectos formais, ou seja, não apenas o que se comunica como também a forma como se comunica. 	<ul style="list-style-type: none"> • Capacidade de produzir mensagens elementares que sejam compreensíveis e que contribuam para incrementar os níveis pessoais ou coletivos de criatividade, originalidade e sensibilidade.

Fonte: Ferrés; Piscitelli (2015).

As perspectivas sobre competência midiática contribuem para pensarmos possibilidades educativas no contexto das redes digitais que ampliam os espaços de aprendizagem e de reflexão crítica. Também há de se considerar a importância de discutir sobre o papel da informação já que, como destaca Lévy, a cultura e os processos sociais mediados por dispositivos digitais configuram uma convergência midiática que ampliam a capacidade de produção, distribuição e circulação da informação.

Para Dudziak (2003, p. 24), “a informação é o conjunto de representações mentais codificada e socialmente contextualizadas que podem ser comunicadas, estando, portanto, indissociadas da comunicação”. Em relação à competência em informação, Miranda (2004, p. 118) esclarece que ela “pode ser expressa pela *expertise* em lidar com o ciclo informacional com as tecnologias da informação e com os contextos informacionais”.

O ciclo informacional é compreendido como as fases do trabalho com a informação que envolve determinar a necessidade da informação, a coleta, processamento, uso e distribuição da informação (MIRANDA, 2002), estando relacionado com o processo de aquisição do conhecimento em determinado contexto (social, cultural, tecnológico).

O conceito de *information literacy* se traduz de forma aproximada às expressões alfabetização informacional, letramento, literacia, fluência informacional, competência em informação de modo que o fundamento que mobiliza seu significado refere-se à capacidade informacional para reconhecer a necessidade de uma determinada informação, tendo habilidades para localizar, avaliar e usar efetivamente a informação.

A partir da evolução do conceito, Dudziak (2003, p. 28) define a *information literacy* “como o processo contínuo de internalização de fundamentos conceituais, atitudinais e de habilidades necessário à compreensão e interação permanente com o universo informacional e sua dinâmica, de modo a proporcionar um aprendizado ao longo da vida”.

Em outro trabalho, a autora amplia esse entendimento e define a competência em informação como “a mobilização de habilidades, conhecimentos e atitudes direcionada ao processo construtivo de significados a partir da informação, do conhecimento e do aprendizado” (DUDZIAK, 2008, p. 42) reconhecendo que seu alcance vai além da busca, organização e uso da informação já que implica compreender outras dimensões fundamentais:

[...] a dimensão das habilidades informacionais alcançadas pelo treino; a dimensão cognitiva de construção do conhecimento, apropriação de conteúdos e processo reflexivo; e a dimensão das atitudes e dos valores, que diz respeito à construção dos aspectos críticos, políticos e éticos da ação dos homens (DUDZIAK, 2008, p. 42).

Assim, “[...] as pessoas competentes em informação são aquelas que aprenderam a aprender. Elas sabem como aprender, pois sabem como o conhecimento é organizado, como encontrar a informação e como usá-la de modo que outras pessoas aprendam a partir dela” (*American Library Association*, 1989, p. 1 apud DUDZIAK, 2003, p. 26).

Sobre a ideia de *information literacy*, Dudziak propõe uma visão ancorada nos seguintes componentes: 1) processo investigativo; 2) aprendizado ativo; 3) aprendizado independente; 4) pensamento crítico; 5) aprender a aprender; 6) aprendizado ao longo da vida. O Quadro 4 resume os objetivos e concepções defendidas pela autora:

Quadro 4. *Information Literacy*: concepções e objetivos

OBJETIVOS	CONCEPÇÕES
1) Saber determinar a natureza e a extensão da necessidade da informação como suporte a um processo inteligente de decisão; 2) Conhecer o mundo da informação e ser capaz de identificar e manusear fontes potenciais de informação de forma efetiva e eficaz; 3) Avaliar criticamente a informação segundo critérios de relevância, objetividade, pertinência, lógica, ética, incorporando as informações selecionadas ao seu próprio sistema de valores e conhecimentos; 4) Usar e comunicar a informação, com um propósito específico, individualmente ou como membro de um grupo, gerando novas informações e criando novas necessidades informacionais; 5) Considerar as implicações de suas ações e dos conhecimentos gerados, observando aspectos éticos, políticos, sociais e econômicos extrapolando para a formação da inteligência; 6) Ser um aprendiz independente; 7) Aprender ao longo da vida.	Nível da informação: ênfase na tecnologia da informação
	Prioriza a abordagem do ponto de vista dos sistemas, com o aprendizado de mecanismos de busca e uso de informações em ambientes eletrônicos. Limitado ao simples aprendizado de habilidades e conhecimentos instrumentais, praticamente mecânicos, tem como foco o acesso à informação.
	Nível do conhecimento: ênfase nos processos cognitivos
	Os sistemas de informação são examinados à maneira como são percebidos pelo indivíduo, procurando entender como as pessoas buscam sentido para seus questionamentos e pesquisas, a partir de suas habilidades e conhecimentos.
	Nível da inteligência: ênfase no aprendizado ao longo da vida
Aprendizado como fenômeno social. Ligações entre habilidades, conhecimentos e valores determinam o aprendizado, levando a mudanças individuais e sociais. Considera a dimensão social e ecológica do aprendiz, percebendo-o não mais como usuário, nem tampouco como indivíduo, antes como sujeito enquanto ator social.	

Fonte: Dudziak, 2003.

Considerando que o ciclo informacional se processa em fases (MIRANDA, 2004) e que cada fase implica a mobilização de diferentes habilidades (DUDZIAK, 2003), optou-se por utilizar como referência para a construção da proposta educativa, foco desta pesquisa, os padrões de competência em informação para o ensino superior da *Association of College and Research Libraries* (ACRL), discutidos a partir de Oliveira e Oliveira (2019) que conduziram um estudo para mapear o uso de fontes de informação por discentes na área da saúde com base nos cinco padrões de competência em informação: 1) Necessidade informacional; 2) Acesso à informação; 3) Avaliação da informação; 4) Uso da informação; 5) Uso ético da informação.

A proposta educativa articulada nesta pesquisa é focada nos dois padrões de competência apresentados: competência midiática, com base em Ferrés e Piscitelli (2015), e competência em informação, com base nos padrões da ACRL em Oliveira e Oliveira (2019). No entanto, vale destacar outras concepções importantes para a discussão que este trabalho propõe, especificamente nesta seção, que tem foco na relação entre comunicação e educação no contexto digital.

Uma delas refere-se ao conceito da AMI, apresentado na introdução desta seção, que “reúne a alfabetização informacional e a midiática, além das tecnologias da informação e comunicação (TIC) e a alfabetização digital, como novo construto da alfabetização” (UNESCO, 2016, p. 17). Sobre a formulação essa concepção, o documento destaca que:

Os novos conceitos de alfabetização evoluíram nas últimas décadas como resposta ao maior poder e impacto da informação, da mídia, das TIC e do mundo digital, incluindo ciberalfabetização, alfabetização digital, e-alfabetização, alfabetização informacional, alfabetização midiática, alfabetização em notícias, alfabetização tecnológica ou de TIC e muitas outras (UNESCO, 2016, p. 27).

No contexto da AMI, a alfabetização informacional “é usada para enfatizar a importância do acesso à informação, à avaliação, à criação e ao compartilhamento da informação e do conhecimento, ao utilizar para este fim várias ferramentas, formatos e canais” e a alfabetização midiática “remonta à inserção de recursos audiovisuais na educação, enfatizando a habilidade de compreender, selecionar, avaliar e usar as mídias como fornecedor, processador ou produtor de informação” (UNESCO, 2016, p. 29).

Em relação à importância da AMI ressalta-se que esta refere-se à junção de disciplinas, buscando oferecer às pessoas compreensão tanto da importância das mídias como dos provedores de informação, para que sejam capazes de: “a) tomar decisões bem informadas; b) conhecer mais sobre o mundo ao seu redor; c) construir um sentido de comunidade; d) manter o discurso público; e) engajar-se na aprendizagem continuada” (UNESCO, 2013, p. 64). Já os componentes essenciais para mobilizar seu desenvolvimento referem-se às seguintes capacidades: a) Reconhecer a demanda, ser capaz de procurar, acessar e recuperar informações e conteúdos midiáticos, estando dessa forma relacionada à necessidade informacional do indivíduo; b) Compreensão, avaliação e aferição das informações e da mídia, relacionada ao uso da informação; c) Criação, utilização e monitoramento das informações e dos conteúdos midiáticos, relacionada à expressão criativa e à participação cidadã (UNESCO, 2013).

A AMI, assim como a alfabetização em TIC e digital, se sobrepõem quando se referem aos objetos de interesse que consistem um novo conjunto de competências necessárias para os desafios impostos pelo ambiente tecnológico. Nesse sentido, é preciso compreender as dinâmicas de desenvolvimento de saberes em uma perspectiva interdisciplinar, tendo como foco uma abordagem baseada em direitos fundamentais, que enfatizam o pensamento crítico e reflexivo, a produção de habilidades e atitudes, e que visam atingir objetivos pessoais, sociais, ocupacionais, educacionais ou profissionais (UNESCO, 2016).

Ampliando essa discussão, Livingstone (2011) argumenta sobre a literacidade na internet na era da informação que pode ser compreendida como extensão da literacidade nos meios impressos, os quais ativam capacidades de leitura e escrita e que são fundamentais para o entendimento crítico. O universo das redes propiciado pela internet faz surgir demandas novas e específicas, tornando-se necessário definir o que é preciso saber para que os usuários sejam capazes de compreender e utilizar os recursos disponíveis nesse ambiente, considerando as expectativas sociais, econômicas, culturais e políticas na sociedade da informação.

Nesse sentido, a autora esclarece que a literacidade na internet se trata de uma continuidade da literacidade no impresso que objetiva não apenas o entendimento crítico ou uma forma de trabalho qualificada, “mas também assegura expressão cultural, participação cívica e deliberação democrática” sendo que um dos desafios da literacidade na internet deriva, entre outras constatações, da convergência entre esferas como o “público e privado, trabalho e lazer, educação e lar, informação e entretenimento, etc [...] associadas à ubiquidade das tecnologias do *online*” (LIVINGSTONE, 2011, p. 34). A autora defende que “[...] com o conceito de literacidade [...] podemos agrupar um conjunto de habilidades básicas e avançadas relacionando aptidões individuais com práticas sociais, cruzando a fronteira entre o conhecimento formal e informal” (Ibid., p. 13).

Assim, a literacidade na internet se diferencia de outras formas de literacia “na medida em que habilidades específicas, experiências, textos, instituições e valores culturais associados à internet se diferenciam daqueles associados ao impresso, audiovisual e outras formas de comunicação” (Ibid., p. 21) estando também sujeita às especificidades decorrentes da diversidade possibilitada pela internet onde convergem a literacidade para jogos, para a comunicação, para as redes, entre outras. A literacidade pode então ser compreendida como uma forma de conhecimento em relação às formas comunicativas que aciona competências interpretativas e avaliativas, interligando habilidades individuais e as práticas sociais, e que

encontra na internet a “convergência de múltiplas tecnologias, formatos e espaços de mediação e informação”, proporcionando interações dinâmicas entre usuários e tecnologias, onde competências diversas são mobilizadas (Ibid., p. 22).

Um dos modelos existentes que articula literacias em contexto digital (Quadro 5) pode ser observado através de Eshet-Alkalai e Amichai-Hamburger (2004), que agrupa habilidades emocionais, sociológicas, motoras e cognitivas para a comunicação em ambiente digital.

Quadro 5. Modelo de literacia digital

Literacias	Habilidades
Foto-visual	Compreender a comunicação apresentada em forma gráfica e/ou visual como representação de símbolos, ícones etc. Requer habilidade de ler informação em ambiente gráfico.
De informação	Avaliar informação de maneira crítica. Refletir e reconhecer a qualidade e a validade da informação.
De reprodução	Criar novos significados ou novas interpretações. Utilizar as informações disponíveis para criar novos materiais significativos.
Ramificada/derivada	Buscar informação e criar conhecimento de forma não-linear, requer orientação espacial e multidimensional e habilidades de pensamento abstrato. Construir o edifício de informação a partir do hipertexto.
Sócio-emocional	Ter capacidade de compartilhar conhecimento formal e emoções em ambiente digital. Compreender as regras do ciberespaço e aplicá-las na comunicação on-line, com ética.

Fonte: Eshet-Alkalai e Amichai-Hamburger (2004) apud Andrelo (2016, p. 49).

Ao considerar literacia e competência como sinônimos, Andrelo (2016, p. 54) explica que tais conceitos são caracterizados “pela mobilização de recursos cognitivos para enfrentar situações que, pela característica complexa da sociedade, tornam-se cada vez mais multidisciplinares”. A autora explica sobre as dimensões da competência comunicativa (Quadro 6) com base em um processo que interliga habilidades individuais e práticas sociais.

Assim, a competência em comunicação está interligada com as demais competências apresentadas, sendo definida como a capacidade de interação entre indivíduos “mediadas ou não por artefatos tecnológicos, transmitindo e recebendo informações (competência em informação), em grande parte das vezes oriundas de e geradas em ambiente digital (competência digital) ou vindas do aparato midiático (competência midiática)” (ANDRELO, 2016, p. 53).

Quadro 6. Características das competências comunicacional, informacional, digital e midiática

Comunicacional	Capacidade de interação com uma ou mais pessoas, mediadas ou não por artefatos tecnológicos, transmitindo e recebendo informações.
Informacional	Capacidade de tomar consciência da necessidade de informação; de encontrar informação necessária; de avaliar a qualidade das fontes de informação; de utilizar eficazmente a informação em função de um objetivo e de gerar informação de um modo socialmente aceitável.
Digital	Capacidade de mobilizar habilidades emocionais, sociológicas, motoras e cognitivas, para a comunicação em ambiente digital.
Midiática	Capacidade de compreender o papel das mídias e da informação midiática na democracia, fazendo, portanto, o uso crítico e criativo dos meios de comunicação de massa.

Fonte: Andrelo (2016, p. 55).

O encontro de competências (literacias) diversas no contexto das redes demonstra que as relações entre comunicação e aprendizagem repercutem uma miríade de possibilidades de entendimento sobre o tema. A complexificação das linguagens, das interações simbólicas, a multimodalidade, a ubiquidade, as perspectivas de interface entre comunicação e educação (mídia-educação, a leitura crítica dos meios, *media literacy*, *information literacy*, alfabetização midiática e informacional, literacia digital, entre outras) demanda que os indivíduos tornem-se capazes de desenvolver competências ao longo da vida para serem cidadãos ativos e críticos.

Considera-se que os imbricamentos observados na teoria da sociedade em rede, da cibercultura e da midiaticização oferecem visadas complexas com pontos de contato importantes para refletir sobre comunicação e aprendizagem e representam possibilidade estratégica para o desenvolvimento de ações educativas em diferentes contextos. As reflexões teóricas propostas permitem aprofundar essa discussão, principalmente no que diz respeito às interações simbólicas, às mediações em contexto digital e às formas de aprender, tendo como foco o ambiente organizacional e a formação do público interno enquanto processo que possibilita a articulação de temas de interesse social e o desenvolvimento de competências diversas.

3.2 Encontro de competências para a sustentabilidade: um olhar para a formação do público interno

Diante o contexto da sociedade pós-capitalista, Miranda (2004) argumenta que a informação e o conhecimento configuram elementos de importância reconhecida nas organizações a partir do momento que tornam-se fatores integrantes de produção. A autora

reflete que o sentido de competência evoluiu, em virtude das mudanças sociais e do mundo do trabalho, assumindo perspectivas diversas. Entre elas existe a noção de construção da qualificação onde o conhecimento passa a ser mobilizado pelo indivíduo e o trabalho “deixa de ser algo externo ao trabalhador e volta a ser algo intrínseco a quem o realiza” (MIRANDA, 2004, p. 113). Dudziak (2003) amplia essa discussão argumentando que:

Historicamente, a finalidade da formação educacional foi a de formar profissionais para um trabalho estável, por toda a vida, aptos a exercer uma função especializada. Atualmente, cresce cada vez mais a demanda por profissionais flexíveis, multicapitados, capazes de aprender ao longo da vida. Informação, conhecimento e habilidade de lidar com grandes massas de informações, assim como demandas pessoais e profissionais, transformaram-se nos maiores determinantes dos avanços sociais e econômicos (DUDZIAK, 2003, p. 31).

Fleury & Fleury (2001, p. 188) definem competência como “[...] um saber agir responsável e reconhecido, que implica mobilizar, integrar, transferir conhecimentos, recursos e habilidades, que agreguem valor econômico à organização e valor social ao indivíduo”. A noção de competência envolve a capacidade de saber como agir e fazer escolhas, saber mobilizar os conhecimentos e recursos, saber comunicar e transmitir informações, saber aprender e desenvolver-se alinhando conhecimento e experiência, saber engajar-se e assumir riscos, saber assumir responsabilidades e ter visão estratégica do negócio e do ambiente. Já a aprendizagem pode ser compreendida como “[...] um processo de mudança, provocado por estímulos diversos, mediado por emoções, que pode vir ou não a manifestar-se em mudança no comportamento da pessoa” (Ibid., p. 191). Para os autores, a formação de competências deve estar alinhada às estratégias de uma organização bem como à processos de aprendizagem que permitam que a formação ocorra, inserida no contexto dos processos de trabalho.

Miranda esclarece que um conceito muito utilizado para definir competência é expresso como sendo “um conjunto de conhecimentos, habilidades e atitudes correlacionados que afeta parte considerável da atividade de alguém” e que o desenvolvimento de competências pode servir aos propósitos de uma organização e está diretamente relacionado ao desempenho profissional que “pode ser medido segundo padrões preestabelecidos e pode ser melhorado por meio de treinamento” (MIRANDA, 2004, p. 115). No entanto, existem na literatura pontos de vista diversos, tanto sobre a noção de competência quanto à sua mobilização nas organizações. A partir de Zarifian, a autora esclarece umas das perspectivas que o conceito de competência pode assumir:

A competência é a iniciativa sob a condição de autonomia, que supõe a mobilização de dois tipos de recursos: os recursos internos pessoais (adquiridos, solicitados e desenvolvidos pelos indivíduos em dada situação) e os coletivos (trazidos e colocados à disposição pelas organizações). É a faculdade de mobilizar redes de atores em volta das mesmas situações, de compartilhar desafios, de assumir áreas de responsabilidade (MIRANDA, 2004, p. 115).

Por isso, é preciso reconhecer a diversidade de propósitos associada aos objetivos organizacionais que confere especificidades aos sentidos de competência, as quais estão atreladas à mobilização de conhecimentos distintos. Miranda apresenta algumas diferenciações sobre as competências nas organizações, onde coexistem:

[...] competências profissionais (mobilizadas na prática profissional em dada situação), competências organizacionais (desenvolvidas na organização), competências sobre a organização (organização de fluxos de trabalho), competências sobre processos (desenvolvidas nos processos de trabalho), competências técnicas (conhecimentos de técnicas e formas de trabalho), competências de serviço (aliadas ao impacto sobre o cliente) e competências sociais (ligadas ao comportamento e atitudes das pessoas) (MIRANDA, 2004, p. 117).

Eboli (2004) defende que o sentido de competência quando incorporado como princípio organizacional se torna um valor e uma prática da organização, voltada para a aprendizagem permanente vinculada às metas empresariais. Esse processo “consiste em formar e desenvolver os talentos na gestão dos negócios, promovendo a gestão do conhecimento organizacional (geração, assimilação, difusão e aplicação), através de um processo de aprendizagem ativa e contínua” (EBOLI, 2004, p. 5).

No contexto da Educação Corporativa (EC) coexistem sistemas educacionais diversos utilizados para mobilizar a formação do público interno das organizações, a qual deve privilegiar a aprendizagem sistemática e estratégica no que se refere ao desenvolvimento pessoal e também ao desenvolvimento de competências alinhadas às estratégias da organização. Além disso, o desenvolvimento das organizações em contexto de transição para modelos de gestão flexíveis passa a exigir das pessoas uma postura voltada ao autodesenvolvimento e, nesse sentido, as práticas de treinamento e desenvolvimento (T&D) passam a configurar fator de sucesso empresarial (EBOLI, 2004).

Eboli (2004, p. 2) também explica que a noção de competência e a evolução do conceito da EC no âmbito do comportamento organizacional desponta como “um novo aspecto na criação de vantagem competitiva sustentável: o comprometimento da empresa com a educação e o desenvolvimento dos seus colaboradores”. Tal processo permite agregar valor

para as pessoas e para os negócios fazendo com que a EC ocupe um papel importante na sociedade diante do seu impacto nos sistemas educacionais.

Partindo do pressuposto de que as pessoas constituem o principal ativo de uma organização, é fundamental que o público interno seja reconhecido como estratégico para os negócios assim como sua condição enquanto “elemento constitutivo da imagem corporativa e essencial para que objetivos organizacionais sejam alcançados” (ANDRELO, 2016, p. 27).

Entende-se por público interno os empregados de uma organização, mas sem perder de vista que seu papel não se restringe à dimensão interna da organização, principalmente quando se considera as relações desterritorializadas ampliadas pelo trabalho remoto, em um cenário marcado por interações mediadas pela tecnologia. É nesse contexto que o multiprotagonismo dos públicos fica ainda mais evidente quando, por exemplo, assumem o papel de mídia ao vincular a organização em suas comunicações, posicionamentos e outras formas de interação, ampliando a circulação de sentidos sobre ela. Por isso é preciso considerar que

[...] as organizações estão sujeitas à forma como os seus empregados interagem com o contexto interno e externo e, dependendo da sua interpretação, determinam como executam e porque executam suas atividades, como validam suas atitudes e comportamentos e como atribuem valor e significado às culturas e identidades que se entrelaçam no ambiente organizacional (PORÉM, 2020, p. 209).

Porém (2020, p. 199) argumenta que as organizações se constituem na mente das pessoas, fruto de uma produção discursiva onde a partilha de significados lhe conferem sentido e, nesse processo, as “pessoas compartilham experiências e habilidades básicas que nutrem o cotidiano organizacional com as competências necessárias à sua institucionalização e identificação”. Essa perspectiva permite refletir que o relacionamento das organizações com seus públicos é de central importância, principalmente considerando que as organizações são redes de interação social que se estabelecem de modo formal e informal, tendo na comunicação a essência de sua existência.

A partir da necessidade de gestão da complexidade de relacionamentos nas organizações, Oliveira (2003, p. 1) esclarece que a organização “tem se centrado em políticas de gestão que reconhecem nas pessoas, na informação, no conhecimento e na comunicação componentes fundamentais para a consolidação de uma dinâmica organizacional respaldada pelos valores de cooperação, solidariedade, confiança e ética” (OLIVEIRA, 2003, p. 1).

Ao considerar a comunicação interna e os programas de educação corporativa como potencialidade estratégica para a mudança cultural das organizações, como no que se refere ao pensamento e prática da sustentabilidade, é essencial reconhecer que as condutas das pessoas em uma organização

[...] não são simplesmente a mera repetição mecânica de comportamentos estimulados e/ou determinados pelas demandas de comando, por objetivos organizacionais, ou pelo poder que se estabelece na estrutura organizacional. As condutas são constituídas a partir das práticas organizacionais e comunicacionais, influenciadas pela trama cultural, social, política e biológica que envolve e dá sentido ao cotidiano organizacional (PORÉM, 2020, p. 209).

Nesse sentido, torna-se fundamental considerar o papel educativo da comunicação interna, considerando os desafios das organizações na sociedade conectada que amplia a necessidade de desenvolvimento de competências e torna-se pressuposto para o desempenho organizacional (KUNSCH, 2009). A comunicação com o público interno e os programas de educação corporativa ganham novos contornos diante das TICs e do ambiente digital como mediador das relações de trabalho, revelando necessidades de desenvolvimento no nível do indivíduo e da organização para lidar com as mudanças sociais e culturais. Andrelo esclarece que,

[...] muitas empresas assumem esse papel e desenvolvem programas de educação corporativa, que vão além do treinamento, privilegiando também o desenvolvimento de atitudes, posturas e habilidades. Entre estas habilidades necessárias, destaca-se o conhecimento para uso adequado da comunicação, seja interpessoal ou mediada por alguma tecnologia (ANDRELO, 2012, p. 100).

Os desafios organizacionais na sociedade conectada representam os próprios desafios da cultura na sociedade em rede, que encontram no território digital um universo informacional e midiático que altera as formas de comunicar, sentir, interagir, aprender e demandam o desenvolvimento de competências e o aprendizado ao longo da vida como possibilidades para uma cidadania participativa e crítica. Assim, torna-se indispensável a capacidade de aprender a aprender, tanto no que diz respeito aos indivíduos como às organizações, para que sejam capazes de acompanhar mudanças e agir com responsabilidade social.

À medida que as sociedades ao redor do mundo se esforçam para acompanhar o ritmo dos avanços da tecnologia e da globalização, elas se deparam com muitos desafios novos. Estes incluem complexidade e incerteza crescentes; mais individualização e diversidade social; expansão da uniformidade econômica e cultural; degradação dos serviços ecossistêmicos dos quais dependem; e maior vulnerabilidade e exposição a riscos naturais e tecnológicos. Uma quantidade imensa de informações que proliferam rapidamente está disponível para elas. Todas essas condições exigem ações criativas e auto-organizadas, porque a complexidade da situação supera os processos básicos de resolução de problemas que se atêm estritamente ao planejado. As pessoas devem aprender a entender o complexo mundo em que vivem. Elas precisam ser capazes de colaborar, falar e agir para a mudança positiva (UNESCO, 2015 apud UNESCO, 2017, p. 10).

Como discutido na segunda seção deste trabalho, o agravamento das questões ambientais globais, o avanço da degradação ecológica, a crise do capitalismo diante dos limites de crescimento, assim como o quadro de violências e externalidades socioambientais, pressionam governos e organizações a adotarem posturas que considerem os problemas do mundo, exigindo conhecimentos e comportamentos capazes de mobilizar transformações no nível do indivíduo e no da organização como um todo. Nesse quadro considera-se que a educação tem papel central na mudança da sociedade e a EC desponta como estratégia fundamental para desenvolver culturas organizacionais pautadas na responsabilidade social e na sustentabilidade.

Eboli e Mancini (2012) articulam sobre a EC no contexto do paradigma da sustentabilidade, tendo como referência o pensamento de Leff sobre a necessidade de um diálogo de saberes na construção de um conhecimento pautado na racionalidade ambiental que privilegie novos valores e novas formas de pensar a relação ser humano, ambiente e sociedade. Os autores destacam as principais diretrizes da Educação para a Sustentabilidade (ES) com base a Agenda 21, elaborada durante a Rio 92: 1) Melhorar a educação básica; 2) Reorientar a educação existente para o desenvolvimento sustentável; 3) Desenvolver o entendimento público e a conscientização sobre os objetivos de uma sociedade sustentável; 4) Treinar líderes e trabalhadores para implementação dos planos de sustentabilidade. Quanto às habilidades para a ES, os autores destacam que é preciso:

[...] comunicar-se efetivamente; pensar sistemicamente; pensar no tempo (planejar); pensar criticamente; separar número, quantidade, qualidade e valor; capacidade de mover-se da conscientização para o conhecimento e ação; trabalhar cooperativamente com outras pessoas; capacidade de usar os processos: saber, questionar, agir, julgar, imaginar, conectar, valorizar e escolher; e capacidade de viver em comunhão com o meio ambiente (EBOLI; MANCINI, 2012, p. 187).

Compreende-se que polissemia do conceito da sustentabilidade e as controvérsias que pautaram a transposição dessa ideia para o conceito de desenvolvimento sustentável ao longo do tempo constituem processos marcados por uma disputa de significados intermediados através de conferências, fóruns, encontros etc. Da mesma forma, os princípios da ES também foram evoluindo em função de tais mudanças, assumindo diferentes olhares, desde a Conferência de Estocolmo em 1987 até o lançamento da Agenda 2030 e dos ODS em 2015. Não se pretende aqui realizar um resgate histórico sobre como a ES ganhou forma, mas sim destacar de modo mais amplo as características que atualmente conformam seus propósitos.

Em 2017, a UNESCO publicou o guia de Educação para os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (EDS – Educação para o Desenvolvimento Sustentável) como parte Agenda da Educação 2030, que considera a educação um objetivo em si mesmo e um meio para atingir todos os outros ODS. Para além das controvérsias já mencionadas sobre a concepção dos termos que orientam as visadas sobre sustentabilidade e desenvolvimento sustentável, o guia traz contribuições sobre competências que “capacitem as pessoas a refletir sobre as próprias ações, tendo em conta seus impactos sociais, culturais, econômicos e ambientais atuais e futuros, a partir de uma perspectiva local e global” (UNESCO, 2017, p. 7), com o objetivo de possibilitar que os indivíduos adotem novas percepções e atitudes, inclusive participando dos processos sociopolíticos para construção de uma sociedade mais sustentável “por meio da promoção da mudança social, econômica e política, bem como pela transformação do próprio comportamento” (Ibid., p. 8).

A EDS exige uma mudança de foco do ensino para a aprendizagem. Ela requer uma pedagogia transformadora orientada para a ação, que apoie a autoaprendizagem, a participação e a colaboração; uma orientação para a solução de problemas; inter e transdisciplinaridade; e a conexão entre aprendizagem formal e informal. Apenas essas abordagens pedagógicas tornam possível o desenvolvimento das principais competências necessárias para promover o desenvolvimento sustentável (UNESCO, 2017, p. 7).

O objetivo do guia é orientar sobre objetivos e metas de aprendizagem tendo em vista os 17 ODS e o contexto que marca sua formulação diante das emergências globais. Encontra-se expresso no guia a necessidade de novas habilidades, valores e atitudes que nos conduzam a sociedades mais sustentáveis, trazendo um descritivo dos objetivos de aprendizagem no campo cognitivo (conhecimentos e habilidades de pensamento necessários

para compreender melhor os ODS e os desafios para alcançá-los), socioemocional (habilidades sociais que visam a colaboração, negociação e comunicação para promover os ODS) e comportamental (competências de ação), assim como abordagens pedagógicas para cada ODS que representam temas que podem ser adaptados para diferentes contextos de aprendizagem.

Na versão integral do guia, são apresentados cinco objetivos de aprendizagem para cada um dos campos (cognitivo, socioemocional, comportamental), e para cada um dos 17 ODS. Nesta pesquisa, optou-se pela escolha de uma única proposição para cada objetivo de aprendizagem, além de uma meta escolhida para articular cada um dos objetivos com os tópicos sugeridos para os ODS. O Quadro 7 sintetiza as escolhas referentes aos ODS selecionados para compor esta pesquisa, sendo eles o ODS 4 (Educação de Qualidade) e o ODS 12 (Consumo e Produção Responsáveis), visando a elaboração de uma proposta educativa que permita articular competências (informacional, midiática e para a sustentabilidade) para formação do público interno.

Quadro 7. Articulação para os ODS: objetivos e propostas de aprendizagem

	ODS 4	ODS 12
Objetivos e Metas de Desenvolvimento Sustentável (ONU, 2015)	<p>Objetivo 4. Assegurar a educação inclusiva e equitativa de qualidade, e promover oportunidades de aprendizagem ao longo da vida para todos</p> <p>Meta 4.7 Até 2030, garantir que todos os alunos adquiram conhecimentos e habilidades necessárias para promover o desenvolvimento sustentável, inclusive, entre outros, por meio da educação para o desenvolvimento sustentável e estilos de vida sustentáveis, direitos humanos, igualdade de gênero, promoção de uma cultura de paz e não-violência, cidadania global, e valorização da diversidade cultural e da contribuição da cultura para o desenvolvimento sustentável</p>	<p>Objetivo 12. Assegurar padrões de produção e de consumo sustentáveis</p> <p>Meta 12.8 Até 2030, garantir que as pessoas, em todos os lugares, tenham informação relevante e conscientização sobre o desenvolvimento sustentável e estilos de vida em harmonia com a natureza</p>
Objetivos de Aprendizagem a) cognitiva; b) socioemocional c) comportamental (UNESCO, 2017)	<p>a) O educando entende que a educação pode ajudar a criar um mundo mais sustentável, equitativo e pacífico; b) O educando é capaz de envolver-se pessoalmente com a EDS; c) O educando é capaz de aproveitar todas as oportunidades para sua própria educação ao longo da sua vida, e aplicar os conhecimentos adquiridos em situações cotidianas para promover o desenvolvimento sustentável.</p>	<p>a) O educando conhece os papéis, os direitos e os deveres dos diferentes intervenientes na produção e consumo (mídia e publicidade, empresas, municípios, legislação, consumidores etc.). b) O educando é capaz de sentir-se responsável pelos impactos ambientais e sociais de seu próprio comportamento individual como produtor ou consumidor. c) O educando é capaz de refletir criticamente sobre seu papel como participante ativo no mercado.</p>

Tópicos sugeridos para os ODS (UNESCO, 2017)	<ul style="list-style-type: none"> • A relevância da educação inclusiva e equitativa e de qualidade e oportunidades de aprendizagem ao longo da vida para todos (aprendizagem formal, não formal e informal, incluindo a utilização das TICs) e em todos os níveis para melhorar as vidas das pessoas e promover o desenvolvimento sustentável • O conceito da EDS como uma estratégia fundamental para expandir a educação para o desenvolvimento sustentável, e da pedagogia para o desenvolvimento de competências de sustentabilidade 	<ul style="list-style-type: none"> • Estilos de vida sustentáveis e diversas práticas de produção e consumo sustentáveis • Impactos ambientais e sociais da produção e consumo
---	---	--

Fonte: ONU (2015); UNESCO (2017).

O guia também resume as competências-chave para a sustentabilidade, sendo estas consideradas como competências transversais e multifuncionais para alcançar todos os ODS, e incluem elementos cognitivos e afetivos além de conhecimentos, capacidades e habilidades que, em interação, possibilitam a EDS. Associado à estas competências, Belluzzo (2018) propõe uma inter-relação com indicadores de competência em informação e midiática, considerando sua relação com os ODS e sua relevância para o desenvolvimento social, econômico, cultural e ambiental. O Quadro 8 demonstra a inter-relação entre essas competências:

Quadro 8. Inter-relação entre competências para sustentabilidade, informacional e midiática

	Competências-chave para a sustentabilidade (UNESCO, 2017)	Belluzzo (2018) com base nos Indicadores de Competência em informação e midiática (UNESCO, 2016)
Pensamento Sistêmico	Habilidade de reconhecer e compreender relacionamentos; analisar sistemas complexos; pensar como os sistemas são incorporados dentro de diferentes domínios e diferentes escalas; e lidar com a incerteza.	Relacionadas à cidadania, a competência em informação e midiática vão muito além da busca, organização e uso das informações e dos recursos midiáticos, pois, significam saber o porquê do uso de determinada informação ou fonte, considerando implicações ideológicas, políticas e ambientais, incluindo-se as questões inerentes ao desenvolvimento sustentável
Antecipatória	Habilidade de compreender e avaliar vários futuros possíveis, prováveis e desejáveis; criar as próprias visões para o futuro; aplicar o princípio da precaução; avaliar as consequências das ações; e lidar com riscos e mudanças.	Permitem a observação das ligações inerentes ao desenvolvimento sustentável e suas dimensões de sustentabilidade social, cultural, ecológica e econômica.
Normativa	Habilidade de entender e refletir sobre as normas e os valores que fundamentam as ações das pessoas; e negociar valores, princípios, objetivos e metas de sustentabilidade, em um contexto de conflitos de interesses e concessões, conhecimento incerto e contradições.	Possibilitam o uso ético e legal da informação e dos recursos midiáticos nas sociedades democráticas e a responsabilidade social em relação à mediação pelo diálogo intercultural e a educação.

Normativa	Habilidade de entender e refletir sobre as normas e os valores que fundamentam as ações das pessoas; e negociar valores, princípios, objetivos e metas de sustentabilidade, em um contexto de conflitos de interesses e concessões, conhecimento incerto e contradições.	Possibilitam o uso ético e legal da informação e dos recursos midiáticos nas sociedades democráticas e a responsabilidade social em relação à mediação pelo diálogo intercultural e a educação.
Estratégica	Habilidade de desenvolver e implementar coletivamente ações inovadoras que promovam a sustentabilidade em nível local e em contextos mais amplos.	Estão relacionadas à capacidade construída pelos sujeitos de elaborar proposta de soluções ou criação de projetos e processos inovadores voltados às questões de sustentabilidade. ⁹
Colaboração	Habilidade de aprender com outros; compreender e respeitar as necessidades, as perspectivas e as ações de outras pessoas (empatia); entender, relacionar e ser sensível aos outros (liderança empática); lidar com conflitos em um grupo; e facilitar a colaboração e a participação na resolução de problemas.	Permitem a resolução de situações-problema, realizando-se ações de liderança à medida que são oferecidas oportunidades de aprendizado, evolução pessoal e social, baseados na definição e articulação das necessidades de informação e de construção e o compartilhamento do conhecimento.
Pensamento crítico	Habilidade de questionar normas, práticas e opiniões; refletir sobre os próprios valores, percepções e ações; e tomar uma posição no discurso da sustentabilidade.	Possibilitam o desenvolvimento do comportamento crítico e reflexivo e estão direcionadas a uma atuação crítica sobre a realidade, em termos individuais e coletivos.
Auto-conhecimento	Habilidade de refletir sobre o próprio papel na comunidade local e na sociedade (global); avaliar continuamente e motivar ainda mais as próprias ações; e lidar com os próprios sentimentos e desejos.	Possibilitam entender como as informações e as mensagens de mídia moldam nossa cultura e sociedade, avaliando-as com base nas próprias experiências, habilidades, crenças e valores.
Resolução integrada de problemas	Habilidade de aplicar diferentes marcos de resolução de problemas para problemas complexos de sustentabilidade e desenvolver opções de solução viáveis, inclusivas e equitativas que promovam o desenvolvimento sustentável, integrando as competências mencionadas anteriormente.	A promoção da competência em informação e midiática junto aos cidadãos, permite que articulem e contribuam com a criação de políticas públicas e da cultura da informação fortalecendo ações de aprendizado ao longo da vida ,mediante iniciativas e estudos voltados prioritariamente ao desenvolvimento de hábitos de investigação e inquirição para a sustentabilidade, tanto nas práticas formais quanto informais de educação, em todos os níveis e idades, nas atividades comunitárias e nos ambientes de trabalho.

Fonte: UNESCO (2017); BELLUZZO (2018).

⁹ Ressalta-se que a publicação original do artigo utilizado como referência não apresenta a inter-relação com a competência estratégica. No entanto, a autora do artigo compôs a banca de qualificação deste trabalho e alertou que esta situação está sendo corrigida junto à revista responsável pela publicação. Desse modo, a inter-relação com competência estratégica apresentada no quadro 8 foi fornecida pela autora do artigo.

Com base no Quadro 8 foram escolhidas duas competências para articular a proposta educativa desta pesquisa: a competência em pensamento sistêmico e a competência normativa. Acredita-se que a articulação dessas competências pode viabilizar programas educacionais corporativos com foco na cultura de sustentabilidade, na reflexão crítica da informação, da mídia e de seus produtos simbólicos, contribuindo para promoção da cidadania. Além disso, a interlocução entre comunicação e aprendizagem pode mobilizar diferentes temas e contribuir para o desenvolvimento de indivíduos e organizações, sendo que a Agenda 2030, os ODS, e a EDS representam instrumentos relevantes que podem ser vinculados ao desenvolvimento de competências em informação e midiática.

Esse entendimento encontra respaldo na publicação MILID Yearbook 2015 “Literacia informacional e midiática para os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável” que discute diversas relações entre os temas. Alagaran II (2015) argumenta que a literacia informacional e midiática pode contribuir com os ODS através da conscientização e entendimento de questões de desenvolvimento que encontra diferentes perspectivas através dos 17 objetivos estabelecidos. O autor também defende que a literacia informacional e midiática corresponde a um conjunto de competências que estão relacionadas ao empoderamento dos cidadãos sendo que esse processo de aprendizagem envolve: explorar potencialidades para que o indivíduo seja capaz de identificar, acessar e recuperar conteúdos informacionais e midiáticos de modo hábil; engajar no sentido de promover a capacidade de analisar e avaliar conteúdos de forma crítica; empoderar para que os indivíduos possam criar, compartilhar e utilizar os conteúdos de forma ética e responsável, inseridos nos seus processos de decisão e ação. Outra perspectiva apontada na publicação MILID é sustentada por Antonio López (2015) que defende a “*ecomedia literacy*” como possibilidade de expandir nosso entendimento sobre cidadania incorporando questões ecológicas. López propõe um modelo híbrido que combina literacia informacional e midiática aos pressupostos da educação para a sustentabilidade sendo que um dos pontos destacados pelo autor reflete o objetivo de tornar as pessoas conscientes sobre como a mídia impacta a habilidade de engajar práticas de sustentabilidade, encorajando novos usos midiáticos para promover os ODS.

Esses referenciais clarificam a importância de se compreender as dimensões da informação e da representação midiática cuja ocorrência implica em dinâmicas de aprendizagens mediadas pela comunicação em um ambiente cada vez mais digital, o que exige competências por parte do indivíduo para interagir nesse espaço e transformar informação em conhecimento. Observa-se que a oferta de caminhos para o desenvolvimento

de competências é diversa e as concepções teóricas abordadas sugerem a autonomia do indivíduo como central no processo de construção da realidade e do conhecimento.

No que se refere à formação do público interno, compreende-se como de fundamental importância o desenvolvimento de ações educacionais com foco em competências em informação e midiática, relacionando habilidades individuais e práticas sociais no contexto digital à temas importantes e emergentes, como é o caso da sustentabilidade na sociedade atual. Além disso, essa perspectiva também é útil para refletir sobre o entrelaçamento de outras competências que podem ser articuladas através de estratégias educativas com foco em outras demandas e objetivos organizacionais.

4 O ESTUDO DE CASO ÚNICO COMO ESTRATÉGIA METODOLÓGICA

As condições sociais de produção do conhecimento definem como os objetos de pesquisa são vistos e analisados em determinado campo científico. Lopes (2001, p. 5) explica que isso depende do contexto discursivo que abarca paradigmas, modelos, instrumentos e técnicas do campo, do contexto institucional “que medeiam a relação entre as variáveis sociológicas globais e os discursos científicos” refletindo a prática científica em dado contexto social ou histórico-cultural “onde as variáveis sociológicas incidem sobre a produção científica” (Ibid., p. 16).

Além desse aspecto, também incide sobre o fazer científico o olhar do pesquisador e as preocupações que se manifestam durante o percurso de investigação de um determinado tema. Da escolha do seu objeto aos direcionamentos epistemológicos, teóricos e técnicos, o pesquisador também precisa refletir sobre seu papel diante dos problemas do mundo e os desafios que a sociedade enfrenta.

A pesquisa científica faz sentido quando é feita para gerar conhecimento capaz de contribuir com subsídios à sociedade para o equacionamento de suas questões cruciais, dos problemas à compreensão das configurações histórico-políticas, comunicacionais, econômicas, culturais, enfim de todas as áreas constitutivas dessa mesma sociedade (PERUZZO, 2018, p. 37).

Tendo em vista que a produção do conhecimento exige um processo rigoroso de investigação, têm-se a metodologia de pesquisa como condição fundamental para realizar percursos científicos que propiciem a compreensão de determinado problema. Ela pode ser definida como “um processo de tomada de decisões e opções que estruturam a investigação em níveis e em fases e que se realizam num espaço determinado que é o espaço epistêmico” (LOPES, 2004, p. 15). Nesse sentido, a “dimensão epistemológica (ou marco epistêmico)” indica a posição na filosofia da ciência, a matriz epistêmica, ou o sistema de pensamento, da qual decorrem outras decisões sobre as opções conceituais e metodológicas” (PERUZZO, 2018, p. 36).

No contexto da sociedade na era da globalização, Lopes (2001, p. 5) comenta sobre a perspectiva epistêmica da produção do conhecimento, observando a centralidade da comunicação no modo organizativo da sociedade onde “a comunicação passa a operar ao nível das lógicas internas de funcionamento do sistema social”. A autora comenta que essa visada tem gerado aportes teóricos que enriquecem o campo da Comunicação, oportunizando encontros disciplinares e novas categorias de análise que propiciam trabalhos conceituais mais

complexos. Essa perspectiva foi desenvolvida no decorrer da fundamentação teórica desta pesquisa através de autores como Enrique Leff, Milton Santos, Robert Srour, Lucia Santaella, associada à perspectiva da sociedade em rede e da cibercultura através de Manuel Castells, Pierre Lévy e outros. Essa base epistêmica permitiu o diálogo com os demais autores e referenciais mobilizados para construir a argumentação do presente trabalho em torno do objeto de pesquisa e dos objetivos propostos, apoiada nos temas centrais da investigação: organizações, sustentabilidade, comunicação e aprendizagem em ambientes digitais.

As dimensões epistêmica e teórica oferecem substância para a formulação das estratégias metodológicas necessárias para compreensão do objeto de pesquisa. Este pode ser definido como “um sistema de relações expressamente construído [...] ao longo de um processo de objetivação, que se dá através da escolha, recorte e estruturação dos fatos até os procedimentos técnicos e coleta de dados” (LOPES, 2004, p. 26).

Para construir uma estratégia metodológica é fundamental a definição do objeto e a formulação das questões da pesquisa decorrentes de uma situação prática que se pretende compreender e que pode ser problematizada conceitualmente. Dessa forma, têm-se que “método quer dizer via ou caminho de uma investigação. Esse caminho inclui os pressupostos epistemológicos (nem sempre explícitos), o marco conceitual (teorização) e o marco metodológico (estratégias metódicas e técnicas)” (PERUZZO, 2018, p. 35). A autora complementa que “o método congrega os antecedentes (concepção de mundo e de ciência), os fundamentos teórico-metodológicos que embasam a estratégia de pesquisa e as técnicas facilitadoras das práticas de pesquisa para a geração de dados, coleta de informações e os observáveis” (PERUZZO, 2018, p. 36).

Segundo França (2001, p.4), o objeto de pesquisa em comunicação pode referir-se à comunicação midiática e o desenvolvimento das tecnologias de comunicação onde a mídia e informação ganham centralidade, principalmente quando se considera o contexto digital. No entanto, a abrangência da mídia enquanto objeto é determinada pelas dimensões que o compõe “tais como a técnica, a política, a economia, o consumo, a vida urbana, as práticas culturais, a sociabilidade etc.”, o que indica que o objeto ganha diferentes leituras a partir do contexto que conforma as preocupações de pesquisa. Da mesma forma, é fundamental considerar as práticas comunicativas para além das mediações tecnológicas, tendo em vista os processos de produção e circulação de informações onde a especificidade do objeto da comunicação “vai circunscrever e ater-se aos processos humanos e sociais de produção, circulação e interpretação de sentidos, fundados no simbólico e na linguagem” (Ibid., p. 5).

Porém, tal amplitude requer mais especificidade para definição do objeto de forma a torná-lo próprio à comunicação, o que exige um olhar comunicacional para analisá-los.

Esta pesquisa tem como objeto as competências em ambiente digital diante a inquietação de compreender como desenvolver processos de comunicação e aprendizagem voltados ao público interno com foco em cultura de sustentabilidade. Essa questão é ampliada ao questionar também quais saberes, parâmetros e diretrizes podem ser articulados para que esses processos se desenvolvam tendo em vista as competências em informação, midiática e para a sustentabilidade.

A partir da definição do objeto e das questões de pesquisa foi traçada como estratégia metodológica o estudo de caso único incorporado que conta com unidades múltiplas de análise, articulado a partir de uma perspectiva exploratória que possibilita generalizações que, segundo Gil (2002, p. 41), tem “como objetivo proporcionar maior familiaridade com o problema, com vistas a torná-lo mais explícito ou a constituir hipóteses. Pode-se dizer que estas pesquisas têm como objetivo principal o aprimoramento de ideias ou a descoberta de intuições”.

De acordo com Yin (2001), os estudos de caso representam uma boa estratégia de pesquisa para compreender fenômenos contemporâneos complexos e são especialmente indicados quando as questões de pesquisa são do tipo “como” e por que”, as quais visam compreender ou explicar situações da vida real, permitindo não apenas desenvolver análises de caráter exploratório, mas também servindo para testar proposições. Assim, é fundamental que as fases que compõe o estudo de caso sejam bem articuladas, do planejamento, à coleta, análise e apresentação dos resultados, o que exige do pesquisador uma distinção precisa dos seus objetivos e estratégias de investigação, assim como a definição clara do caso, o esclarecimento sobre dados relevantes que precisam ser coletados e como esses dados podem ser utilizados após a coleta.

O estudo de caso como metodologia permite “preservar as características holísticas e significativas dos eventos da vida real”, sendo indicado para diversos tipos de análise como fenômenos individuais, organizacionais, sociais e políticos (YIN, 2001, p. 21). Em virtude da flexibilidade dos estudos de caso, torna-se elementar a preocupação com o rigor metodológico, principalmente no que se refere ao planejamento, coleta e análise dos dados, visando minimizar vieses que podem comprometer a qualidade do estudo. Para isso, é central que as estratégias de pesquisa sejam elaboradas a partir de um conjunto suficientemente operacional de medidas para evitar julgamentos subjetivos na etapa da coleta de dados.

Em relação aos propósitos de um estudo de caso, destaca-se que estes “não são os de proporcionar o conhecimento preciso das características de uma população, mas sim o de proporcionar uma visão global do problema ou de identificar possíveis fatores que o influenciam ou são por ele influenciados” (GIL, 2002, p. 55). Nesse sentido, Yin (2001, p. 29) argumenta que assim como os experimentos, os estudos de caso “não representam uma amostragem, e o objetivo do pesquisador é expandir e generalizar teorias (generalização analítica) e não enumerar frequências (generalização estatística)”. O autor reforça que nos estudos de caso “são especialmente importantes cinco componentes de um projeto de pesquisa: 1) as questões de um estudo; 2) suas proposições, se houver; 3) sua (s) unidade (s) de análise; 4) a lógica que une os dados e as proposições; 5) os critérios para se interpretar as descobertas” (Ibid., p. 42).

Seguindo esse entendimento e o enfoque das organizações enquanto espaços de observação, apresenta-se a seguir os objetivos gerais e específicos, as unidades de análise e o universo da pesquisa, essenciais para a definição dos procedimentos para coleta de dados e análise dos resultados que são apresentados conjuntamente na seção 5.

4.1 Objetivos da pesquisa

O objetivo geral da pesquisa é analisar como o desenvolvimento de competências em informação e midiática pode contribuir para a construção de culturas de sustentabilidade nas organizações.

Os objetivos específicos são: a) avaliar a percepção da organização escolhida para o estudo de caso sobre sustentabilidade; b) elaborar uma proposta educativa com base na articulação de competências (competência em informação, competência midiática, competência para a sustentabilidade) tendo em vista a inserção dos ODS nas organizações.

4.2 Unidades de análise

Para maximizar a compreensão do problema de pesquisa, a estratégia metodológica do presente estudo de caso se caracteriza pela inclusão de subunidades de análise (estudo de caso único incorporado) que acrescenta oportunidades de interpretação dos fenômenos estudados e amplia a fonte de evidências que podem ser coletadas no processo de investigação (YIN, 2001). Com objetivo de avaliar a percepção da organização sobre o tema sustentabilidade foram definidas duas unidades de análise: 1) A gestão da empresa,

representada pelos departamentos de comunicação e de recursos humanos, sendo utilizadas entrevistas em profundidade para coleta de dados; 2) O público interno, representado pelos empregados da empresa, utilizando o questionário como instrumento para coleta de dados e como proposta educativa e de sensibilização.

4.3 Universo da pesquisa

Inicialmente foram definidos alguns critérios capazes de tipificar uma organização como potencial para o estudo de caso: 1) possuir departamento de comunicação, tendo em vista sua importância nas organizações não apenas para disseminar informações, mas para promover o diálogo e a construção coletiva de significados; 2) possuir programas de educação corporativa, considerando a importância do público interno no desenvolvimento de ações de interesse organizacional; 3) não possuir posição estratégica definida no que se refere à sustentabilidade, tendo em vista a oportunidade de compreender como esse tema é percebido pela organização e pelo público interno. Essa condição é especialmente importante uma vez que a articulação em competências para a sustentabilidade, proposta neste trabalho, é orientada para organizações que não possuem essa cultura estabelecida.

Uma pesquisa prévia foi conduzida para selecionar uma organização que atendesse os critérios estabelecidos para o estudo de caso. Para isso, utilizou-se como fonte de dados a pesquisa documental, realizada através de fontes secundárias, que constitui um recurso que complementa outras formas de obtenção de dados (MOREIRA, 2005).

Foram realizadas consultas em sites, redes sociais e mídias eletrônicas, visando coletar informações iniciais que pudessem indicar o atendimento aos critérios estabelecidos e também propiciar inferências sobre a organização. A escolha da organização que constitui o estudo de caso efetivou-se em função do atendimento aos critérios de seleção estabelecidos e em função da disponibilidade de acesso à empresa, a qual permitiu envolver seus empregados em todos os níveis na investigação proposta e também devido ao interesse demonstrado em desenvolver o tema da sustentabilidade no contexto da cultura organizacional.

Salienta- que o estudo de caso único pode ser escolhido como metodologia quando “o pesquisador tem a oportunidade de observar e analisar um fenômeno previamente inacessível à investigação científica” (YIN, 2011, p. 63) e, nesse sentido, a questão do acesso configura um fator importante para definição do caso. Além disso, Yin explica que o processo de investigação deve estar baseado em várias fontes de evidências que permitem que o estudo

de caso “beneficie-se do desenvolvimento prévio de proposições teóricas para conduzir a coleta e a análise de dados” (Ibid., p. 33).

Diante disso, optou-se por realizar um pré-teste junto à organização para definir a estratégia de investigação, estabelecer as proposições do estudo refletindo sobre a lógica que une os dados e as proposições assim como os critérios para se interpretar as descobertas, conforme argumenta Yin (2011). Esta etapa foi conduzida em julho/2019 e os resultados dessa investigação inicial foram discutidos no artigo “Competência em informação para a sustentabilidade: análise em uma organização de *call center* de serviços financeiros” (BERBEL; ANDRELO, 2020), publicado na Revista Brasileira de Biblioteconomia e Documentação (RBBD)¹⁰. O pré-teste foi conduzido a partir de entrevistas em profundidade com o departamento de recursos humanos da empresa e a aplicação de um questionário *online* articulado com base em padrões de competência em informação para a sustentabilidade.

Nesta fase concluiu-se que a organização selecionada para o estudo de caso único não seguia as diretrizes sumarizadas no Guia dos ODS para as empresas (CEBDS, 2015) ou outras formas de instrumentalização da sustentabilidade. Não foram identificadas estratégias para a sustentabilidade, nem a existência de uma política institucional para tratar o assunto. Constatou-se que a organização desenvolvia apenas ações pontuais não articuladas a partir de um planejamento prévio, o que envolve mapeamento de impactos, seleção de metas e indicadores, integração e comunicação sobre a sustentabilidade, conforme destaca o Guia dos ODS.

Após a publicação do artigo as estratégias do estudo de caso foram reorganizadas para oferecer mais robustez à investigação e a organização foi convidada formalmente para participar da pesquisa. A empresa assinou o termo de consentimento livre e esclarecido (TCLE) em 18/08/2020, optando por não ter seu nome divulgado. Essa condição foi expressa no TCLE assim como os objetivos e as etapas da pesquisa.

¹⁰ Artigo publicado em agosto/2020. Disponível em: <http://rbbd.febab.org.br/rbbd/article/view/1389>

5 A PERCEPÇÃO DA ORGANIZAÇÃO SOBRE SUSTENTABILIDADE

Esta seção contém os procedimentos utilizados para coleta de dados e análise dos resultados, definidos com base nos objetivos e nas unidades de análise da pesquisa. Optou-se por apresentar essas etapas conjuntamente visando tornar mais clara a explicação sobre os processos de investigação, que são distintos nas unidades pesquisadas. Após a apresentação da organização que constitui o estudo de caso único desta pesquisa, a argumentação segue no sentido de discutir a percepção da organização sobre o tema da sustentabilidade, considerando a perspectiva da gestão da organização, analisada através das entrevistas, e a perspectiva do público interno, analisada à luz da proposta educativa. Apresenta-se no último tópico como o questionário foi construído, os referenciais mobilizados, suas seções e objetivos, seguindo com a interpretação de cada uma das seções que foram articuladas a partir de três pontos principais: percepção sobre sustentabilidade, competência em informação para a sustentabilidade e competência midiática para a sustentabilidade.

5.1 Identificando a organização pesquisada

A organização é uma empresa de grande porte do setor de serviços, que atua há mais de duas décadas na gestão de relacionamento com o cliente. Está localizada na Região de Bauru (Estado de São Paulo), seu quadro abrange aproximadamente 12 mil funcionários e suas atividades envolvem serviços de atendimento ao consumidor, pesquisa, ouvidoria, telemarketing, televendas e recuperação de crédito. Em função do segmento em que atua, compreende-se que a informação e a comunicação configuram como elementos fundamentais na atividade da organização pesquisada, abrangendo todos os serviços por ela realizados.

A empresa atua através de uma plataforma de múltiplos canais de atendimento buscando construir relacionamento entre empresas e pessoas. Entre os investimentos que realiza destacam-se a área de tecnologia e capacitação de equipes, investimento na gestão da cultura e clima organizacional e transformação digital. Dentre os elementos que constituem sua cultura destacam-se a agilidade, gestão pelo exemplo e diversidade. A empresa já ocupou o ranking das 150 melhores empresas para se trabalhar e o ranking das 45 melhores empresas para se começar uma carreira no Brasil, ambas referentes ao Prêmio Guia Você S/A Exame.

Atualmente a empresa é avaliada pelo Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE), que foi criado em 2005 pela Bolsa de Valores, Mercadorias e Futuros de São Paulo (BM&FBOVESPA) com a missão de “apoiar os investidores na tomada de decisão de

investimentos socialmente responsáveis e induzir empresas a adotarem melhores práticas de sustentabilidade empresarial” (B3, 2019).

Os objetivos do ISE concentram-se em aumentar a relevância do índice para os investidores, fortalecer o papel do índice para uma cultura de sustentabilidade nas empresas e ampliar o conhecimento do índice pela sociedade. Participar do ISE depende de critérios de seleção e preconiza ações baseadas em eficiência econômica, equilíbrio ambiental, justiça social e governança corporativa. Diante desse contexto, percebe-se que o ISE pode oportunizar o desenvolvimento organizacional o que implica reconhecer os desafios relacionados à cultura da empresa para implantação de novas práticas organizacionais, conhecer o que público interno pensa e como reage aos temas relacionados às demandas do negócio.

No que se refere à Responsabilidade Social, a empresa destaca algumas iniciativas relacionadas à comunidade onde está inserida além de apoio à iniciativas de desenvolvimento social, cultural e profissional. No entanto, as iniciativas destacadas pela empresa apontam um quadro de ações que não necessariamente configuram como práticas de responsabilidade social, considerando a especificidade e abrangência conceitual do termo, sendo realizadas ações através de investimento social privado a partir de recursos de incentivo fiscal e recursos da própria empresa. Algumas dessas ações são: a) Campanhas solidárias voltadas ao público interno visando contribuir com as demandas sociais; b) Atendimento social e psicológico à comunidade; c) Apoio à entidades e/ou projetos sociais com vulnerabilidade social por meio de doações.

Através da investigação conduzida durante a etapa de pré-teste constatou-se ainda que, no que se refere à dimensão ambiental da sustentabilidade, a empresa empreende algumas iniciativas voltadas para economia de recursos (água, energia, papel, entre outros) além de uma parceria para plantio de árvores com um de seus fornecedores. Essa pesquisa preliminar também indicou que a empresa enxerga a sustentabilidade como uma preocupação que precisa ser internalizada tendo em vista sua relevância cada vez maior no mundo dos negócios, mais ainda não possui uma política ambiental instituída com ações transversais envolvendo seus públicos ou seus processos organizacionais e as práticas sustentáveis as quais se refere no seu site institucional não são explicitadas.

5.2 A perspectiva da gestão organizacional

Através desta unidade buscou-se analisar a percepção da gestão da organização sobre o tema da sustentabilidade e sua relação com o público interno. Utilizou-se como instrumento de coleta de dados as entrevistas em profundidade que representam um “recurso metodológico que busca, com base em teorias e pressupostos definidos pelo investigador, recolher respostas a partir da experiência subjetiva de uma fonte, selecionada por deter informações que se deseja conhecer” (DUARTE, 2005, p. 62). Esse método permite explorar um determinado assunto sendo que os dados obtidos são resultado de interpretação e reconstrução do pesquisador.

Utilizou-se a plataforma *Google Meet* para a condução das entrevistas, ambas realizadas no dia 09/11/2020 e gravadas mediante autorização. Participaram a responsável pelo departamento de recursos humanos (Entrevistada A), com duração de 65 minutos, e a responsável pelo departamento de comunicação (Entrevistada B), com duração de 40 minutos. Esses departamentos foram escolhidos em função dos objetivos da pesquisa, considerando o caráter estratégico que possuem para a construção de relacionamentos com as pessoas que compõem a organização, sendo que ambos são tidos como fundamentais quando se considera uma transição cultural para a sustentabilidade.

As entrevistas foram feitas por meio de um roteiro semiestruturado (Apêndice A) dividido em três seções: 1) Identificação do entrevistado (formação, cargo/função, tempo de atuação na empresa); 2) Identificação do departamento (características, atribuições, objetivos); 3) Perguntas norteadoras. As perguntas foram separadas em duas categorias compondo dois conjuntos distintos de análise que referem-se aos seguintes objetivos: a) Avaliar como a sustentabilidade é percebida e quais desafios e oportunidades ela representa; b) Avaliar como é percebido o papel do público interno na construção de novas práticas organizacionais.

Utilizou-se a análise de conteúdo para interpretação das entrevistas, respeitando as etapas de pré-análise, através da organização do material coletado nas gravações e a descrição analítica dos dados, seguido da interpretação dos mesmos (BARDIN, 2011). A descrição foi amparada pelo referencial teórico mobilizado na pesquisa considerando não apenas a transcrição das expressões verbalizadas, mas também o contexto e os significados implícitos, verificando a consistência argumentativa e cruzando as informações recebidas, conforme postula Duarte (2005) sobre as entrevistas em profundidade.

Foram selecionados trechos das falas das entrevistas para dar suporte à interpretação realizada, considerando que as informações obtidas constituem a representação que os

entrevistados possuem da realidade, atravessadas por suas “ideias, crenças, maneiras de pensar; opiniões, sentimentos, maneiras de sentir; maneiras de atuar; condutas; projeções para o futuro; razões conscientes ou inconscientes de determinadas atitudes e comportamentos” (MINAYO, 2009, p. 65). Assim, buscou-se considerar esses aspectos, o contexto de atuação da organização e outras impressões acumuladas no processo de interação com a mesma nas fases que antecederam as entrevistas (etapa de pré-teste, formalização para participação na pesquisa) para ampliar as possibilidades interpretativas diante das categorias estabelecidas.

Apresenta-se a seguir a análise das entrevistas discutindo inicialmente *como a sustentabilidade é percebida e quais desafios e oportunidades ela representa para a organização*.

Observa-se que, na perspectiva da gestão, existe um entendimento que a sustentabilidade é um termo complexo que possui várias camadas e que sua amplitude se estende para questões ambientais, sociais e de governança, sendo também uma prerrogativa para que as empresas sejam bem-sucedidas no cenário atual onde a opinião pública progressivamente se preocupa com o papel das organizações na sociedade.

Durante as entrevistas revelou-se que a organização tem o objetivo de definir estratégias capazes de conduzir a organização para o exercício da sustentabilidade, tendo os ODS como ponto de partida para que a organização possa melhorar suas práticas e ter um legado positivo, conforme argumenta uma das entrevistadas. Nota-se que a gestão da organização percebe que os empregados são importantes nesse processo, onde é necessário

[...] priorizar os ODS e a pesquisa (referente ao questionário) para entender como os clientes internos percebem a sustentabilidade para ter insumos à ação [...] é preciso inserir o *mindset* de sustentabilidade através da comunicação e de análise e revisão das nossas políticas para que a gente possa ter mais propriedade para pensar em como difundir isso (Entrevistada A).

No entanto, essa preocupação pode advir de outros fatores que impactam na consideração da importância da sustentabilidade no contexto organizacional. Um desses fatores está associado à empregabilidade e à imagem da organização perante seus públicos:

Cada vez mais as gerações vão escolher as empresas que elas vão trabalhar a partir desse compromisso com a sustentabilidade [...] é uma mudança de *mindset* bastante diferente [...] eu percebo uma evolução muito forte do comprometimento das gerações atuais em relação ao consumo e em como as empresas associam a marca com esses valores (Entrevistada A).

Quando se considera uma transição cultural para a sustentabilidade, a percepção é que a organização precisa ter o propósito de construir uma outra postura para depois aplicar isso na estratégia do negócio. Existe uma preocupação sobre o papel do público interno frente a necessidade de se construir uma visão sistêmica e de promover reflexões para uma mudança cultural, onde as ações precisam ser planejadas e trabalhadas com apoio dos líderes das equipes, considerando a forma como a organização atua.

Hoje temos ações de desenvolvimento sobre cultura por meio das nossas comunicações internas e workshops de cultura [...] onde capacitamos as lideranças que são responsáveis por disseminar o tema [...] nossa liderança é nosso principal elo e comunicação com todos os nossos clientes internos [...] porque todos são embaixadores da cultura [...] independentemente da posição que ocupam. Isso abarca as questões de sustentabilidade [...] na medida que a gente evoluir cada vez mais nesse tema essa é a forma que a gente vai disseminar e que vai dar o tom para que todos tenham um engajamento para aquilo que vamos desenhar (Entrevistada A).

Nesse percurso também foi citado que é preciso pensar nas questões ambientais e sociais e no bem-estar do público interno, diante os novos métodos de trabalho e de relacionamento no ambiente remoto, e que estes aspectos são importantes para se pensar na sustentabilidade considerando também os impactos da organização na comunidade. Percebe-se que esse é um ponto recorrente na fala das entrevistadas que enfatizam a importância da comunidade, suas características e demandas, sendo que esse olhar mais social foi associado à alta empregabilidade da organização e seu impacto na economia local.

Primeiramente a empresa precisa ter o propósito de fazer a diferença [...] olhar para comunidade onde está inserida é algo fundamental [...] para depois aplicar isso de fato nas estratégias do negócio, na tratativa com o cliente [...] porque hoje, pro nosso cliente, é importante que a gente tenha um papel sustentável (Entrevistada B).

No contexto da pandemia, a organização tem a percepção que esse momento proporcionou uma oportunidade de aprender sobre a sustentabilidade e que o engajamento de algumas empresas no âmbito da responsabilidade social evidenciou ainda mais a centralidade e importância do tema.

Minha percepção é que nós vamos conseguir distinguir as empresas que são sustentáveis das que dizem ser [...] muitas empresas podem ter surfado uma onda nesse momento de pandemia, mas no contexto pós-pandemia a consistência e efetividade vão prevalecer naquelas que tem a

sustentabilidade como estratégia e propósito [...] isso será cada vez mais um fator de competitividade (Entrevistada A).

Através das falas das participantes, observou-se que o entendimento de sustentabilidade também está associado às ideias de consumo consciente, legado, empatia, iniciativas de solidariedade, influência da organização em relação ao público interno e à comunidade, empregabilidade, imagem, competitividade, crescimento, perpetuação do negócio e agregação de valor.

A partir da categorização proposta por Baldissera (2009b) entende-se que a organização percebe a sustentabilidade como um valor periférico em construção, onde o tema é compreendido, mas sua materialização é pontual e de baixo impacto. Além disso, existe um reconhecimento do valor discursivo inerente à sustentabilidade como sendo capaz de gerar ganhos de imagem e de capital simbólico junto aos públicos, o que viabiliza pensá-la como estratégia de mercado. Acredita-se que ratificar a percepção da gestão organizacional sobre sustentabilidade carece de outras investigações capazes de abranger os demais departamentos que a compõe. No entanto, entende-se que ausência de uma política de sustentabilidade, assim como os dados levantados através da pesquisa preliminar e da pesquisa documental realizada nos canais de comunicação da empresa, contribuem para posicioná-la dentro da categoria posta.

Para além das motivações que a organização possui para transitar para uma cultura de sustentabilidade é importante também compreender o papel dos empregados nesse contexto. Avançando nessa discussão, analisa-se a seguir *como a organização percebe o papel do público interno na construção de novas práticas organizacionais*.

As falas proferidas durante as entrevistas sugerem que, na perspectiva da gestão da organização, a importância do público interno é reconhecida e que existe uma preocupação em ouvir e dialogar enquanto possibilidade para buscar melhorias para o negócio. Esse diálogo é feito, principalmente, através de pesquisas de clima e de calibragem (realizadas para avaliar a efetividade das ações e receber *feedbacks*) e do contato permanente entre os líderes e as equipes. Observa-se que essa foi uma maneira que a organização identificou para estar mais próxima das necessidades do público interno, tendo em vista sua estrutura organizacional e o número de empregados que é bastante alto.

Os funcionários fizeram a empresa ser o que ela é hoje [...] as pessoas são os pilares mais fortes da nossa companhia [...] tem essa questão de escutar muito eles, a gente faz muitas pesquisas, eles participam muito das

campanhas, a gente tem as pesquisas de clima, tudo isso constrói a nossa história junto com eles (Entrevistada B).

É possível refletir que a percepção da organização sobre a importância do público interno pode estar relacionada à natureza do negócio. Primeiro por que se trata de uma organização que atua no setor de serviços onde o principal insumo de suas atividades é o relacionamento que os empregados estabelecem com os clientes.

A organização se consolidou como uma empresa especialista na gestão da experiência do cliente [...] hoje nós cuidamos de todo o ciclo de relacionamento das empresas com seus clientes. A gente chama de *end to end*, em todos os canais disponíveis, que são os canais *omnichannel*, proporcionando uma melhor performance para nossos clientes em seus relacionamentos [...] Todas as nossas soluções são pensadas para fazer o melhor atendimento, seja numa plataforma digital [...] ou através do contato (atendimento) humano (Entrevistada A).

Além disso, a informação e a comunicação configuram elementos fundamentais para o exercício dessas funções que envolvem também diálogo, entendimento, empatia, busca por soluções e negociação, o que se aplica à todos os serviços que compõe seu portfólio. Ao considerar que as pessoas são o principal ativo de uma organização, pode-se pensar que para a organização pesquisada esse pressuposto ganha mais força e centralidade uma vez que sua existência não se materializa na criação de produtos (no sentido industrial de produção), mas de bens simbólicos que são conformados a partir das relações de comunicação entre os empregados e os públicos atendidos.

Assim, a imagem que a organização vai sustentar depende, entre outros aspectos, de como os empregados e os clientes (e os clientes desses) se relacionam com o negócio. Nesse sentido, percebe-se que a organização tem um olhar para o multiprotagonismo dos seus públicos, especialmente o interno, sendo tal percepção sinalizada quando uma das entrevistadas comenta que comunicação da organização tem foco no *employer branding*, que se trata de uma estratégia de marketing usada para gerar uma percepção positiva da empresa junto aos empregados.

A gente entende que escutar os que nossos colaboradores estão falando sobre a nossa empresa e a forma como eles se sentem indo ao local de trabalho e exercendo suas funções, é primordial pra gente definir nossas estratégias a médio e longo prazo (Entrevistada B).

Também foi citado como prática recorrente a realização de projetos e workshops que visam apresentar e reforçar os valores da empresa sendo que o *fit* cultural é tido como aspecto central para a organização:

Tudo que está relacionado aos nossos valores a gente precisa garantir que os nossos colaboradores saibam e tenham clareza sobre cada um deles dentro do nosso dia a dia (Entrevistada B).

Sobre formas de engajamento do público interno o olhar da organização parece focar na tentativa de envolver as pessoas em suas comunicações e práticas convidando os empregados para participarem de campanhas, relatos, atividades culturais entre outras iniciativas. Em relação às práticas de T&D, observa-se que a organização se apoia em instrumentos avaliativos (análise de desempenho) para levantar as necessidades de desenvolvimento do público interno e pensar em estratégias para isso. Porém, no contexto da educação corporativa, o foco das ações realizadas é para o desenvolvimento de lideranças através de programas de carreira orientados para construir melhores práticas integrativas com base em tendências de perfil profissional identificadas no mercado. Pode-se constatar ainda que a organização busca articular uma comunicação educativa com foco no desenvolvimento de pessoas sendo que uma das entrevistadas afirma que são realizadas várias ações nesse sentido (*e-mail marketing, webinar, podcasts, transmissão via Whatsapp*) citando como exemplos ações voltadas para a educação financeira (planejamento financeiro, cursos gratuitos) e para a diversidade (linguagem não-binária e outros temas).

A organização parece reconhecer que a tessitura da cultura é um processo permanente, o que envolve estar atento às demandas internas e aos fatores externos, olhando para as pessoas e para o ambiente para construir posturas organizacionais que considerem necessidades relacionadas.

Existe uma troca, uma abertura para que nós possamos ouvi-los para promover as melhores práticas que façam sentido para eles (o público interno) (Entrevistada A).

Por exemplo, hoje a organização tem muito forte a questão da diversidade. Quem trouxe isso para dentro da nossa cultura e dos nossos valores foram os próprios clientes internos. Hoje eles falam pra gente como temos que ser [...] é uma via de mão dupla na tomada de decisão (Entrevistada B).

Compreender como é percebido o papel do público interno na construção de novas práticas organizacionais é fundamental para refletir sobre possibilidades de transição para a sustentabilidade. Acredita-se que a postura da organização no contexto dos procedimentos

conduzidos através do estudo de caso (contato, pesquisa preliminar, pré-teste do questionário, entrevistas e aplicação do questionário) permite compreendê-la como uma organização que entende a importância do diálogo, em especial com seu público interno, e que existem diversas iniciativas que objetivam fortalecer esse relacionamento. No entanto, seriam necessários outros aprofundamentos para compreender as motivações da organização em suas práticas e, nesse sentido, é preciso reconhecer que as entrevistas realizadas fornecem pistas sobre a questão, mas são insuficientes para determinar a lógica dos relacionamentos que se constroem na conduta diária da organização. Outras metodologias seriam mais apropriadas para investigar isso, inclusive para compreender possíveis discrepâncias entre o discurso e a prática organizacional.

Porém, na medida que a organização possibilita a condução do estudo de caso junto ao seu público interno, facilitando o acesso à pesquisa acadêmica, acredita-se que essa oportunidade expressa uma postura dialógica que é essencial para realização de estudos que visam compreender fenômenos organizacionais.

5.3 A perspectiva do público interno

Através desta unidade buscou-se analisar a percepção do público interno sobre a sustentabilidade. Para coleta de dados utilizou-se um questionário *online* composto por perguntas fechadas de múltipla escolha, incluindo questões de opinião e de intenção.

Além de servir à coleta de dados, o questionário foi elaborado também como proposta educativa e de sensibilização, articulado a partir de três diferentes dimensões de competências (competência em informação, competência midiática e competência para a sustentabilidade) para discutir processos de comunicação e aprendizagem para cultura de sustentabilidade nas organizações, tendo como foco os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável, em especial o ODS 4 (Educação de Qualidade) e o ODS 12 (Consumo e Produção Responsáveis).

Sobre o instrumento escolhido ressalta-se que o questionário constitui um método de observação direta extensiva que permite, entre outras vantagens, a obtenção de respostas mais rápidas e precisas, maior liberdade nas respostas em função do anonimato, mais flexibilidade para o preenchimento da pesquisa e mais uniformidade na avaliação (MARCONI; LAKATOS, 2003). Para elaboração de um questionário é importante que o pesquisador tenha clareza dos objetivos da pesquisa e do assunto abordado, cuidando da seleção das questões para viabilizar

a obtenção de informações válidas. Também é importante que seja realizado um “pré-teste antes de sua aplicação definitiva para identificar possíveis falhas e inconsistências, conservando, modificando, ampliando ou eliminando itens que possam aprimorar sua forma” (Ibid., p. 203).

Considerando tal preocupação, o questionário utilizado nesta pesquisa foi aplicado inicialmente como um pré-teste, como mencionado no item 4.3 (Universo da pesquisa), com o objetivo de orientar alterações necessárias para definir melhor seus componentes e proposições. Os resultados obtidos nesta pesquisa preliminar permitiram delinear com mais clareza as questões propostas nesta etapa para ampliar a abrangência do estudo, incluindo a dimensão da competência midiática no questionário e trabalhando as competências para a sustentabilidade e os ODS de modo transversal.

O questionário foi construído na plataforma *Google Forms* e disponibilizado por meio de um link para ser preenchido no período entre 10/11/2020 e 20/11/2020. Para participar da pesquisa os empregados receberam um convite via *Whatsapp*, enviado pelo departamento de comunicação da organização pesquisada, conforme ilustra a Figura 3.

Figura 3. Convite para a pesquisa



Fonte: elaborado pelo departamento de comunicação da empresa pesquisada (2020).

Assim, busca-se através do próximo tópico esclarecer sobre o planejamento do questionário/proposta educativa a partir do detalhamento das seções que o compõe seguido da

apresentação e interpretação dos resultados obtidos. Ressalta-se que a análise dos resultados não consiste em um diagnóstico com base nos dados coletados, mas sim uma análise propositiva que pretende estabelecer uma lógica entre os dados e as proposições do estudo a partir de critérios que permitam interpretar as descobertas (YIN, 2001), com base nos referências mobilizados no trabalho e nos objetivos do estudo de caso. Através dessa abordagem pretende-se estimular reflexões sobre o potencial da proposta educativa e sobre a articulação de competências como forma de viabilizar a construção de culturas de sustentabilidade no contexto das organizações.

5.4 A proposta educativa

A proposta educativa foi concebida como uma atividade de sensibilização voltada ao público interno com foco na articulação de competências em informação e midiática, utilizando a cultura de sustentabilidade como norteador desse processo. Essa abordagem considerou a possibilidade de ampliar a consciência reflexiva dos participantes através da exposição de conteúdos e da formulação de questões pertinentes para pensar a sustentabilidade.

Este tópico apresenta as seções que compõe o questionário e a articulação teórico-metodológica utilizada, o qual foi estruturado com os seguintes objetivos:

Seção 1) Apresentação da pesquisa e do termo de consentimento: intuito de esclarecer os objetivos da pesquisa, informar sobre a coleta de informações e dados necessários, permitindo o participante decidir sobre seu desejo em contribuir ou não com o estudo;

Seção 2) Identificação dos participantes: intuito de conhecer o perfil dos respondentes (idade, formação, tempo de atuação na empresa);

Seção 3) Percepção sobre sustentabilidade: intuito de identificar a familiaridade e interesse pelo tema tendo em vista os ODS, a dimensão ambiental da sustentabilidade e o papel das organizações nesse contexto;

Seção 4) Competência em informação para a sustentabilidade: intuito de articular o tema a partir dos padrões de competência em informação; propor reflexões sobre sustentabilidade no contexto da informação e do ciclo informacional, observar os posicionamentos dos participantes refletindo sobre as potencialidades da proposta;

Seção 5) Competência midiática para a sustentabilidade: intuito de articular o tema a partir das dimensões de competência midiática, apresentar conteúdos midiáticos e propor

reflexões a partir de vídeos e imagens selecionados considerando o âmbito da análise e da expressão das dimensões abordadas, observar como os participantes interagem com os conteúdos e refletir sobre outras articulações possíveis;

Seção 6) Análise da atividade: intuito de avaliar a percepção dos participantes sobre a atividade, coletar impressões e sugestões, avaliar o potencial de sensibilização da proposta.

A seção 3 do questionário tem como pressuposto a perspectiva discutida por Baldissera (2009b) sobre o entendimento acerca da sustentabilidade que, segundo o autor, pode ser expresso através de quatro categorias:

1) a sustentabilidade como valor central entendida como pressuposto para a continuidade da vida, para a tolerância e respeito à diversidade; 2) a sustentabilidade como valor periférico onde o termo se constitui como: uma ideia-valor em construção onde a ausência de clareza plena sobre o termo – tanto de indivíduos como de organizações – inviabiliza condutas conscientes sobre seus impactos e responsabilidades no contexto social; um lugar discursivo que utiliza o termo para agregar valor e gerar ganhos de imagem-conceito e capital simbólico; uma estratégia de mercado na perspectiva da competitividade e da geração de capital financeiro; 3) a sustentabilidade como não valor onde existe a visão de não importância que demanda esforços e investimentos desnecessários para sua possível concretude; 4) a sustentabilidade como valor extrassistema, onde impera a falta de sentido atribuído ao termo, ou seja, o termo é visto como desprovido de significado.

Essa categorização norteou a formulação das questões para compreender a compreensão dos participantes e a importância atribuída à sustentabilidade, considerando temas relevantes sobre o assunto assim como o contexto organizacional que constitui o espaço de observação e de investigação empírica.

As seções 4 e 5 são centrais no questionário uma vez que se referem especificamente ao problema e aos objetivos da pesquisa. Elas articulam conteúdos de informação e de mídia a partir de informações, notícias, vídeos e imagens, tendo como referência o que expressa Lévy (1999) sobre as implicações no processo de recepção de mensagens que ativam diferentes sentidos em função das modalidades perceptivas, tendo em vista os sentidos implicados pela recepção da informação (impresso/ visão; cinema/ visão e audição; realidades virtuais/ visão, audição, tato e cinestesia) e os tipos de representação, que refere-se às diferentes linguagens (músicas, fotografias, desenhos, símbolos, etc.) que incidem em uma mesma modalidade perceptiva. Além disso, essas seções mobilizam diferentes competências e foram articuladas a partir de diferentes referenciais de modo a compor a estrutura metodológica do estudo e oportunizar análises capazes de contribuir com a elaboração de atividades educativas mais

abrangentes com foco na formação do público interno e no desenvolvimento de competências individuais e organizacionais. O Quadro 9 resume como a proposta educativa foi construída, considerando os aportes teóricos discutidos na fundamentação teórica deste estudo.

Quadro 9. Estratégia metodológica baseada na articulação de competências

	Seção 4 do questionário – Informação e Sustentabilidade	Seção 5 do questionário– Comunicação e Sustentabilidade
a) Competências-chave para a sustentabilidade selecionadas (UNESCO, 2017) b) Inter-relação com os indicadores de competência em informação e midiática (BELLUZZO, 2018)	Competência Normativa a) Habilidade de entender e refletir sobre as normas e os valores que fundamentam as ações das pessoas; e negociar valores, princípios, objetivos e metas de sustentabilidade, em um contexto de conflitos de interesses e concessões, conhecimento incerto e contradições (UNESCO, 2017) b) Possibilitam o uso ético e legal da informação e dos recursos midiáticos nas sociedades democráticas e a responsabilidade social em relação à mediação pelo diálogo intercultural e a educação (BELLUZZO, 2018)	Competência em Pensamento Sistêmico a) Habilidade de reconhecer e compreender relacionamentos; analisar sistemas complexos; pensar como os sistemas são incorporados dentro de diferentes domínios e diferentes escalas; e lidar com a incerteza (UNESCO, 2017) b) Relacionadas à cidadania, a competência em informação e midiática vão muito além da busca, organização e uso das informações e dos recursos midiáticos, pois, significam saber o porquê do uso de determinada informação ou fonte, considerando implicações ideológicas, políticas e ambientais, incluindo-se as questões inerentes ao desenvolvimento sustentável (BELLUZZO, 2018)
	Metodologias adotadas a) Padrões de competência em informação: Padrão 1 (Necessidade informacional) Padrão 2 (Acesso à informação) Padrão 3 (Avaliação da informação) Padrão 4 (Uso da informação) Padrão 5 (Uso ético da informação) (OLIVEIRA; OLIVEIRA, 2019) b) Competência em informação para a sustentabilidade (BERBEL; ANDRELO, 2020)	Competência midiática Dimensões da competência midiática: 1) Linguagem 2) Tecnologia 3) Processos de Interação 4) Processos de Produção e Difusão 5) Ideologia e Valores 6) Estética Indicadores: âmbito da análise e âmbito da expressão (FERRÉS; PISCITELLI, 2015)

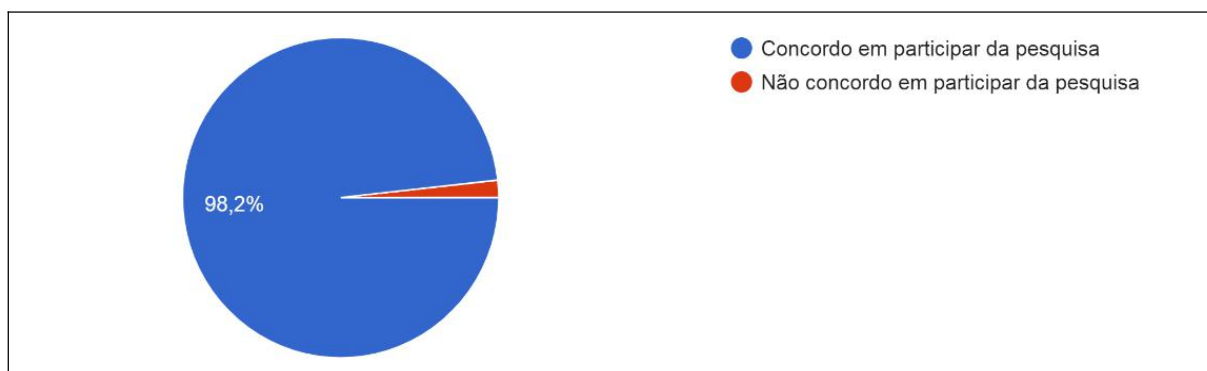
Fonte: elaborado pela autora a partir das bibliografias indicadas (2021).

As competências selecionadas para articulação do questionário (competência normativa; competência em pensamento sistêmico), assim como os pressupostos referentes aos ODS 4 e 12, estão contidos na formulação das questões tendo em vista o objetivo de articular a competência para a sustentabilidade de modo transversal, ou seja, associada à competência em informação e à competência midiática. Considerando que a elaboração da pesquisa, no contexto do estudo de caso, possui uma abordagem exploratória que visa o aprimoramento de ideias ou a descoberta de intuições (GIL, 2002), busca-se analisar como o desenvolvimento de competências em informação e midiática pode contribuir para a construção de culturas de sustentabilidade nas organizações a partir de uma análise qualitativa (descritiva e interpretativa) dos resultados, considerando a potencialidade da proposta educativa e outros desdobramentos possíveis.

5.4.1 Apresentação da pesquisa

Nesta seção foram apresentados os objetivos e estrutura da pesquisa, bem como informações sobre a privacidade e sigilo das respostas dos participantes para garantir o compromisso da pesquisa científica com os envolvidos, esclarecidos através do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE) mediante concordância expressa dos participantes. (A versão integral do questionário está apresentada através do Apêndice B). Ao todo foram 227 respondentes sendo que 223 concordaram em participar do estudo (Gráfico 1).

Gráfico 1. Proporção de participantes da pesquisa



Fonte: elaborado pela autora (2021).

Apenas quatro pessoas não concordaram com os termos estabelecidos e nesse caso o preenchimento era interrompido imediatamente. Em relação ao número de empregados que

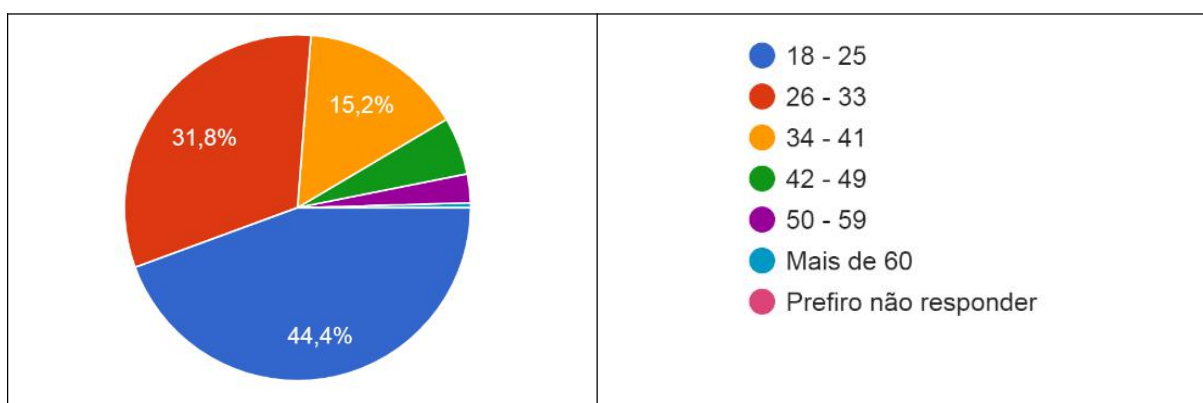
concordaram em participar da pesquisa considera-se que a proporção foi bastante satisfatória, mesmo diante da totalidade de empregados, já que a pesquisa não possui finalidade estatística e seu caráter é exploratório.

Destaca-se ainda que a pesquisa para avaliar a percepção do público interno trata-se de uma amostra não probabilística, de natureza acidental e voluntária (COUTINHO, 2014), que depende da vontade do empregado responder ou não ao convite enviado e sua participação está condicionada ao seu próprio interesse no assunto da pesquisa, à sua disponibilidade de tempo para dedicar-se às respostas entre outros fatores. Nessa perspectiva, compreende-se que a taxa de retorno é muito variável diante da totalidade do número de empregados da empresa e da não obrigatoriedade do preenchimento, condicionada pelos fatores expostos e outros que podem interferir no processo decisório do potencial participante.

5.4.2 Perfil dos participantes

As informações aqui apresentadas correspondem à seção 2 do questionário. Foram elaboradas perguntas sobre a faixa etária (Gráfico 2), formação escolar (Gráfico 3), tempo de empresa (Gráfico 4) e cargo, sendo este último um campo de resposta opcional. O objetivo de coletar informações foi compreender algumas características que podem dar pistas sobre como os participantes acionam competências diversas e como percebem o tema da sustentabilidade. Não se pretende avaliar a percepção do público interno a partir de categorias do perfil dos respondentes, mas considera-se importante coletar essas informações para oferecer possibilidades de interpretação ou ainda explorar análises mais aprofundadas que permitam evoluir com a proposta educativa, ampliando suas possibilidades de interlocução.

Gráfico 2. Faixa etária

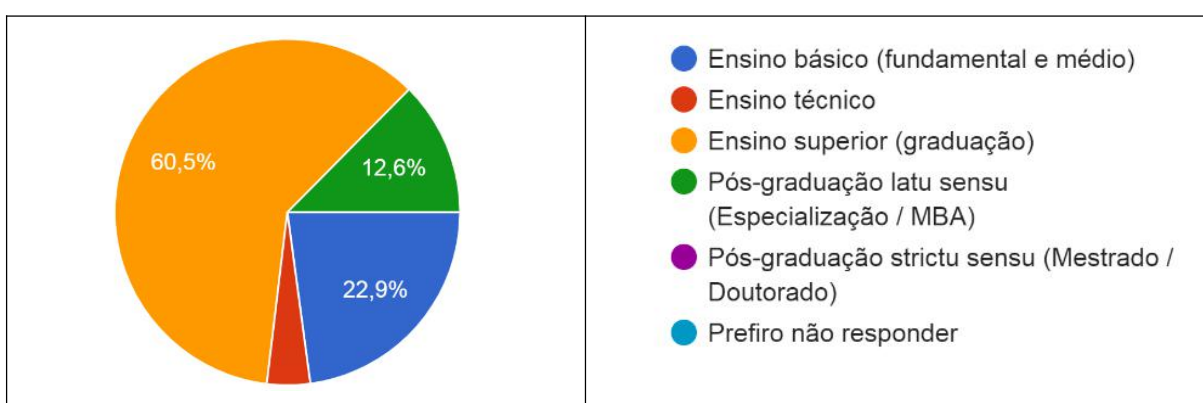


Fonte: elaborado pela autora (2021).

O público que se interessou em responder a pesquisa é predominantemente jovem (75% até 33 anos) e corresponde ao perfil do público interno da organização pesquisada (76% dos empregados possuem até 29 anos) sendo que esta informação foi obtida através das entrevistas realizadas. No entanto, pode-se inferir que, ao trabalhar a cultura de sustentabilidade com todos os públicos da organização, o contexto de diversidade etária do público interno deve ser considerada e uma ação educativa que valorize essas diferenças pode ser útil para explorar o assunto de modo mais apropriado. Acredita-se que pensar sobre isso oferece a possibilidade de criar estratégias para aproximar a ação educativa dos contextos de vida do público interno, o que perpassa sua vivência e a apropriação de sentidos sobre as coisas do mundo.

A opção em participar da pesquisa sugere que a sustentabilidade é um assunto mais próximo e/ou valorizado pelos respondentes daqueles que optaram por não fazê-lo. Além disso, tendo em vista que o desenvolvimento e difusão da ideia de sustentabilidade tem se tornado mais frequente nos últimos anos, apesar das controvérsias de sentidos que permeiam seu entendimento, acredita-se que a familiaridade e interesse por esse tema são conformados a partir dos entendimentos e capacidades dos indivíduos, o que eventualmente têm relação com a educação formal (Gráfico 3) dos mesmos, e isso pode influenciar o modo como a sustentabilidade é percebida e também refletir o nível de competência (informacional e midiática) dos participantes.

Gráfico 3. Formação escolar



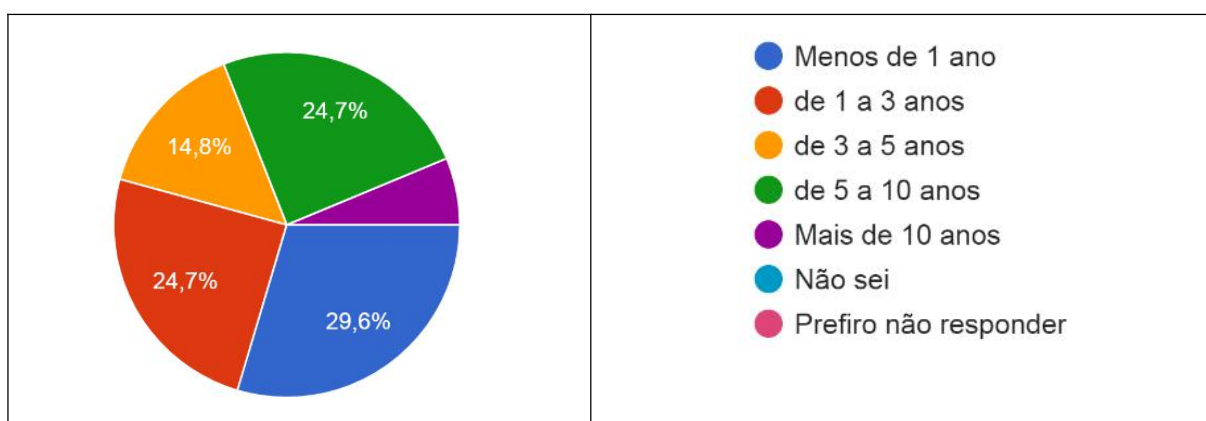
Fonte: elaborado pela autora (2021).

Ressalta-se que os níveis de ensino não implicam necessariamente em habilidades de pensamento crítico e sua amostragem é meramente indicativa do nível de formação do indivíduo. Acredita-se que o planejamento da sustentabilidade pode privilegiar outras

características, para além do nível de compreensão que se imagina que o indivíduo possua em função da sua formação, tendo em vista o papel da subjetividade e das experiências do indivíduo na sua forma de ver o mundo.

A proporção de participantes com ensino superior pode ser reflexo do perfil escolar dos empregados da empresa e perceber essa diferenciação pode ser válido para o planeamento de ações educativas com foco na mudança cultural para a sustentabilidade. Essa mudança pode ser facilitada ou dificultada pelos valores e comportamentos que são cultivados no ambiente organizacional e, nesse sentido, outro dado que pode contribuir para pensar o assunto refere-se ao tempo que esse público interno atua na organização (Gráfico 4), assumindo que essa informação pode contribuir para refletir sobre os esforços a serem empregados em uma situação de mudança cultural.

Gráfico 4. Tempo de atuação na organização



Fonte: elaborado pela autora (2021).

Percebe-se uma proporção bastante heterogênea em relação ao tempo de atuação dos participantes da pesquisa. Esse indicador pode ser bastante importante ao considerar uma transição para a sustentabilidade, já que as pessoas que possuem um tempo menor de atuação na empresa podem ser menos resistentes à circulação de outras formas de pensar e agir ou menos preocupadas com os rumos do negócio. Os empregados que atuam há mais tempo na empresa podem ser mais resistentes à mudança ou podem assumir um comportamento oposto no sentido de oferecer mais apoio para que o negócio caminhe em uma direção sustentável.

Apesar desse dado não indicar a percepção do indivíduo nem revelar seu comprometimento com os rumos da empresa, acredita-se que conhecer o tempo de atuação das pessoas pode contribuir para refletir sobre os níveis de envolvimento e afetividade entre o

indivíduo e a organização, que podem ser muito distintos, mas que podem interferir na intencionalidade de envolver-se ou não com temas considerados estratégicos.

Em relação aos cargos ocupados, cuja resposta foi opcional, 200 das 223 pessoas optaram por responder. Destes, os que apresentaram maior incidência de respostas correspondem aos seguintes cargos: 41% atendimento ao cliente (operador de teleatendimento, telemarketing, telesserviço); 19% analista (planejamento, qualidade, sistemas); 12% liderança (supervisão, coordenação, gerência); 9% assistente (*backoffice*, planejamento).

Refletir sobre a ocupação das pessoas em uma organização pode ser bastante estratégico para o planejamento de mudanças culturais e de ações educativas. Nesses casos, o nível de profundidade das ações será tão variável quanto as ocupações que existem na organização e trabalhar a ideia da sustentabilidade depende das apropriações de sentidos por parte das pessoas que interagem com o tema. Assim, é fundamental pensar a comunicação educativa contemplando tais particularidades para viabilizar um processo que dialogue com o indivíduo, que faça sentido para o seu contexto, que considere o desempenho de suas funções e seu papel na organização.

5.4.3 Percepção sobre sustentabilidade

Nesta seção buscou-se avaliar como os participantes percebem a sustentabilidade e sua relação com as organizações. O propósito da elaboração das questões que compõe esta seção foi provocar a reflexão dos participantes para compreender o valor atribuído à ideia da sustentabilidade, tendo em vista a emergência da questão ambiental e que seu entendimento é chave para uma mudança paradigmática centrada na natureza e em seus processos. As questões desta seção foram articuladas a partir da perspectiva da Agenda 2030 e dos ODS que pode ser um caminho relevante na medida que considera as dimensões da sustentabilidade e dá luz à sua complexidade, apesar do seu caráter instrumental.

Busca-se provocar o participante a partir do seu contexto social e da sua percepção sobre a relação entre as organizações e a sustentabilidade. Além disso, tanto a elaboração desta seção quanto a interpretação dos resultados obtidos considera a perspectiva de Baldissera (2009b) sobre as categorias que podem ser utilizadas para o entendimento da sustentabilidade.

A primeira questão abordada traz um recorte contido nas metas de dez diferentes ODS tendo em vista o conceito ASG (aspectos ambientais, sociais e de governança) (Quadro 10), sendo que a seleção em negrito no quadro refere-se ao recorte utilizado para construir a

questão. O objetivo foi conhecer quão ampla é a noção de sustentabilidade do participante com base no que está estabelecido na Agenda 2030. A partir desse recorte, foi solicitado que os participantes selecionassem todas as proposições relacionadas à sustentabilidade, sendo que as respostas dessa questão são apresentadas no Gráfico 5.

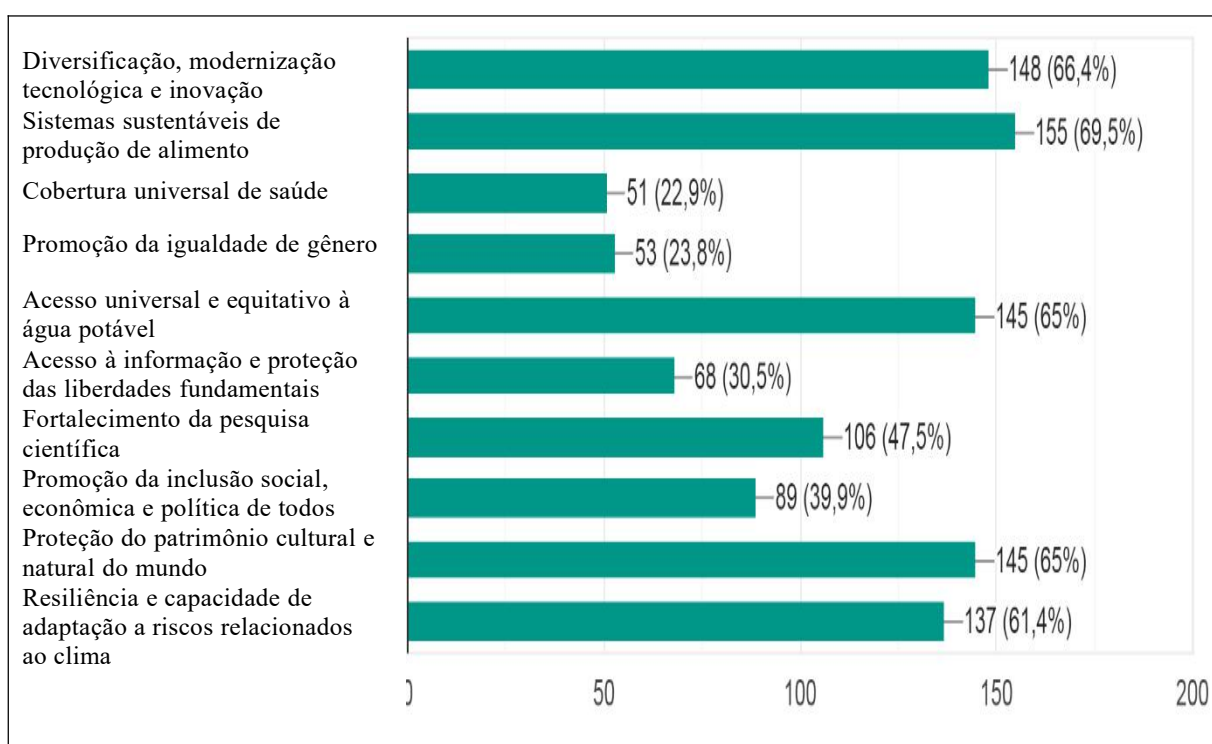
Quadro 10. Seleção de proposições sobre sustentabilidade com base na Agenda 2030

ODS SELECIONADO	META SELECIONADA
ODS 2. Acabar com a fome, alcançar a segurança alimentar e melhoria da nutrição e promover a agricultura sustentável	2.4 até 2030, garantir sistemas sustentáveis de produção de alimentos e implementar práticas agrícolas robustas, que aumentem a produtividade e a produção, que ajudem a manter os ecossistemas, que fortaleçam a capacidade de adaptação às mudanças do clima, às condições meteorológicas extremas, secas, inundações e outros desastres, e que melhorem progressivamente a qualidade da terra e do solo
ODS 3. Assegurar uma vida saudável e promover o bem-estar para todos, em todas as idades	3.8 atingir a cobertura universal de saúde , incluindo a proteção do risco financeiro, o acesso a serviços de saúde essenciais de qualidade e o acesso a medicamentos e vacinas essenciais seguros, eficazes, de qualidade e a preços acessíveis para todos
ODS 5. Alcançar a igualdade de gênero e empoderar todas as mulheres e meninas	5.c adotar e fortalecer políticas sólidas e legislação aplicável para a promoção da igualdade de gênero e o empoderamento de todas as mulheres e meninas, em todos os níveis
ODS 6. Assegurar a disponibilidade e gestão sustentável da água e saneamento para todos	6.1 até 2030, alcançar o acesso universal e equitativo à água potável , segura e acessível para todos
ODS 8. Promover o crescimento econômico sustentado, inclusivo e sustentável, emprego pleno e produtivo e trabalho decente para todos	8.2 atingir níveis mais elevados de produtividade das economias, por meio da diversificação, modernização tecnológica e inovação , inclusive por meio de um foco em setores de alto valor agregado e intensivos em mão-de-obra
ODS 9. Construir infraestruturas robustas, promover a industrialização inclusiva e sustentável e fomentar a inovação	9.5 fortalecer a pesquisa científica , melhorar as capacidades tecnológicas de setores industriais em todos os países, particularmente nos países em desenvolvimento, inclusive, até 2030, incentivando a inovação e aumentando substancialmente o número de trabalhadores de pesquisa e desenvolvimento por milhão de pessoas e os gastos público e privado em pesquisa e desenvolvimento
ODS 10. Reduzir a desigualdade dentro dos países e entre eles	10.2 até 2030, empoderar e promover a inclusão social, econômica e política de todos , independentemente da idade, sexo, deficiência, raça, etnia, origem, religião, condição econômica ou outra
ODS 11. Tornar as cidades e os assentamentos humanos inclusivos, seguros, resistentes e sustentáveis	11.4 fortalecer esforços para proteger e salvaguardar o patrimônio cultural e natural do mundo

ODS 13. Tomar medidas urgentes para combater a mudança do clima e seus impactos	13.1 reforçar a resiliência e a capacidade de adaptação a riscos relacionados ao clima e às catástrofes naturais em todos os países
ODS 16. Promover sociedades pacíficas e inclusivas para o desenvolvimento sustentável, proporcionar o acesso à justiça para todos e construir instituições eficazes, responsáveis e inclusivas em todos os níveis	16.10 assegurar o acesso público à informação e proteger as liberdades fundamentais , em conformidade com a legislação nacional e os acordos internacionais

Fonte: Agenda 2030 (ONU, 2015).

Gráfico 5. Incidência das proposições sobre sustentabilidade com base na Agenda 2030



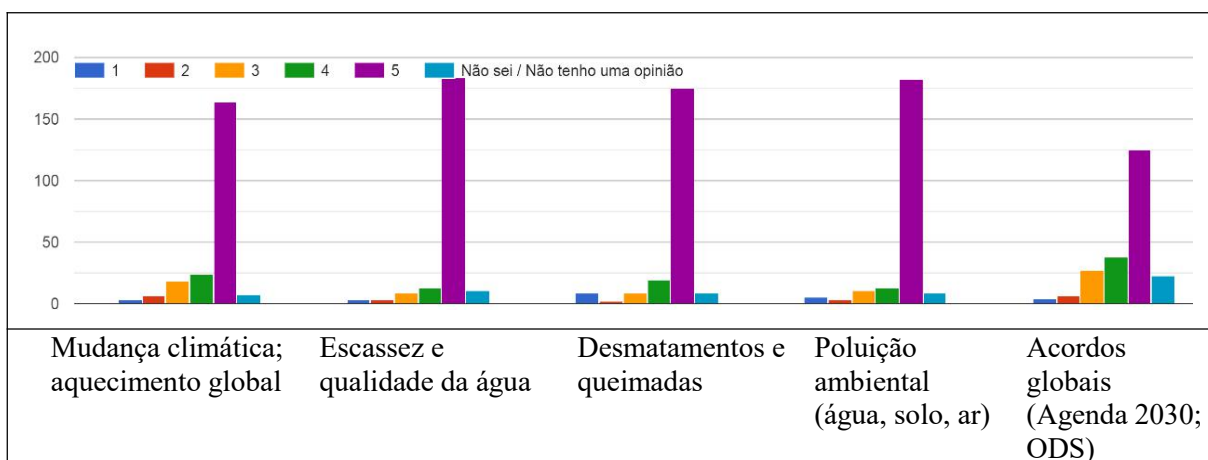
Fonte: elaborado pela autora (2021).

As alternativas que tiveram mais de 60% de incidência de respostas, exceto o item diversificação, modernização tecnológica e inovação, estão todas relacionadas à dimensão ambiental da sustentabilidade (sistemas sustentáveis de produção de alimentos / acesso universal e equitativo à água potável / proteção do patrimônio cultural e natural do mundo / resiliência e capacidade de adaptação a riscos relacionados ao clima). O objetivo desta questão era justamente observar a visão dos participantes sobre a sustentabilidade considerando a complexidade e amplitude do tema e a percepção muitas vezes fragmentária decorrente da apropriação de significados pelos indivíduos, como propõe as discussões feitas a partir de Leff (2011) e Bueno (2012).

As alternativas que aparentemente parecem se distanciar da perspectiva ambiental obtiveram incidência menor no número de respostas (cobertura universal de saúde / promoção da igualdade de gênero / acesso público à informação e proteção das liberdades fundamentais), registrando um percentual de 22 a 30%, bem abaixo das respostas mais registradas. No entanto, as alternativas *promoção da inclusão social, econômica e política de todos e fortalecimento da pesquisa científica* apresentaram um resultado intermediário, o que pode qualificar a percepção dos participantes para além da perspectiva ambiental da sustentabilidade.

Através da questão 2 foi solicitado aos participantes que determinassem, numa escala de 1 a 5 (sendo 1 nada importante e 5 muito importante), a relevância dos seguintes temas: Mudança climática; aquecimento global; Escassez e qualidade da água; Desmatamento e queimadas; Poluição ambiental (água, solo, ar); Acordos globais como a Agenda 2030 e Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (Gráfico 6).

Gráfico 6. Atribuição de valor para relevância de temas ambientais



Fonte: elaborado pela autora (2021).

O objetivo dessa questão foi compreender a importância dada aos temas ambientais em um cenário político que declaradamente vem promovendo ações desvinculadas de uma agenda global de proteção ambiental, onde a natureza é vista como mero recurso e objeto de disputa econômica. Solicitar a reflexão sobre a relevância dos temas propostos permite observar como os participantes atribuem valor à esses aspectos.

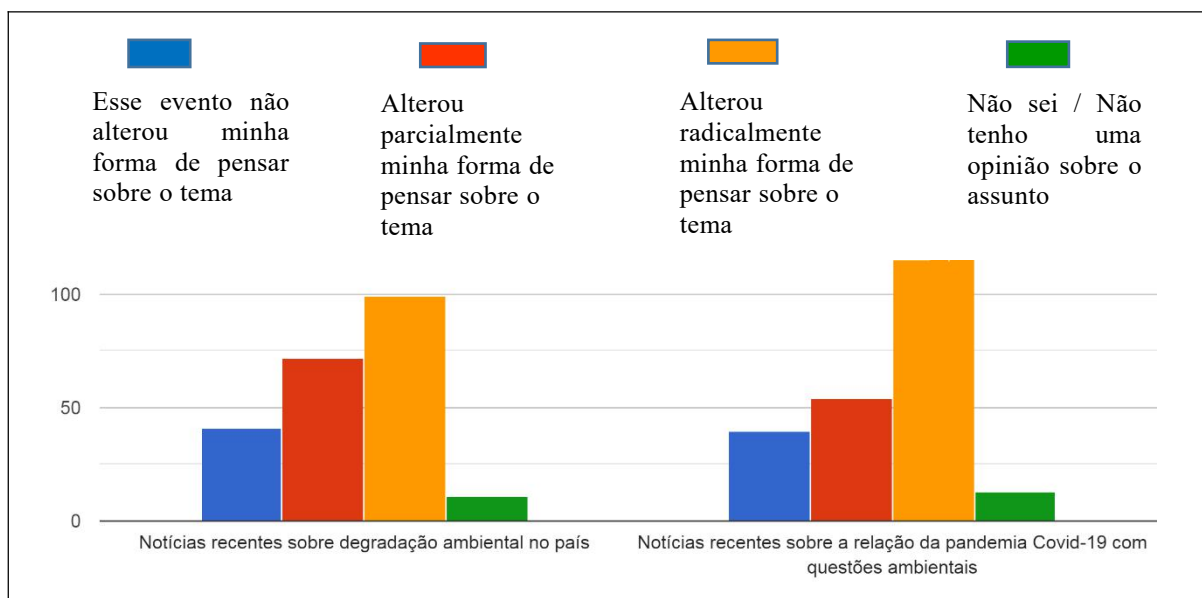
Compreender como a dimensão ambiental é percebida pelos participantes é essencial, tendo em vista que a concepção de sustentabilidade deste trabalho parte da ideia de que os conflitos e controvérsias que permeiam o contexto das organizações diante os

problemas globais são decorrentes da percepção da natureza enquanto produto e também das oscilações discursivas que repercutem uma disputa de significados que dificulta a prática da sustentabilidade.

As respostas obtidas revelam que os temas abordados, indiscutivelmente, são considerados de grande importância para os participantes e esse indicador é válido para a pesquisa na medida que permite compreender se a sustentabilidade possui valor central ou periférico na concepção dos indivíduos, de acordo com o que propõe Baldissera (2009b). Cabe destacar que entre os temas abordados o que apresentou menor relevância foi o tema “Acordos globais (Agenda 2030 e ODS)” o que sugere que existem grandes oportunidades de desenvolvimento com base em ações educativas que podem contribuir para o entendimento da Agenda e de outras questões relacionadas.

Através da questão 3 buscou-se avaliar se a percepção dos participantes sobre sustentabilidade foi afetada em função de eventos relacionados ao meio ambiente que ocorreram ao longo do período inicial da pandemia e que antecedeu a aplicação da pesquisa. Com base em duas proposições (1. Notícias recentes sobre degradação ambiental no país; 2. Notícias recentes sobre a relação entre a pandemia Covid-19 com questões ambientais) a questão teve o objetivo de compreender se o impacto de tais eventos foi nulo, parcial ou radical na percepção dos participantes (Gráfico 7).

Gráfico 7. Percepção ambiental diante o cenário social



Fonte: elaborado pela autora (2021).

O contexto considerado para elaborar essa questão está relacionado aos diversos impactos socioambientais que atingiu o país no primeiro semestre de 2020 e que tiveram ampla cobertura jornalística como: a devastação das áreas protegidas do Pantanal, o crescimento das taxas de desmatamento e queimadas na Amazônia e a devastação de diversas áreas de conservação nacionais e estaduais pelo fogo. Considerou-se ainda outros incidentes como o derramamento de óleo no litoral do país que atingiu mais de 11 estados brasileiros no final de 2019, o rompimento da barragem de Brumadinho (2019) e os eventos climáticos extremos no sul do país (2020).

As respostas obtidas permitem afirmar que as proposições iniciais utilizadas para elaborar a questão se confirmam na medida que a maior parte dos participantes sinalizam que, tanto as notícias sobre degradação ambiental no país como as notícias sobre a relação da pandemia Covid-19 com questões ambientais, alteraram parcialmente ou radicalmente a forma de pensar sobre sustentabilidade. Isso reflete a opinião de 76% dos participantes para as duas circunstâncias apresentadas.

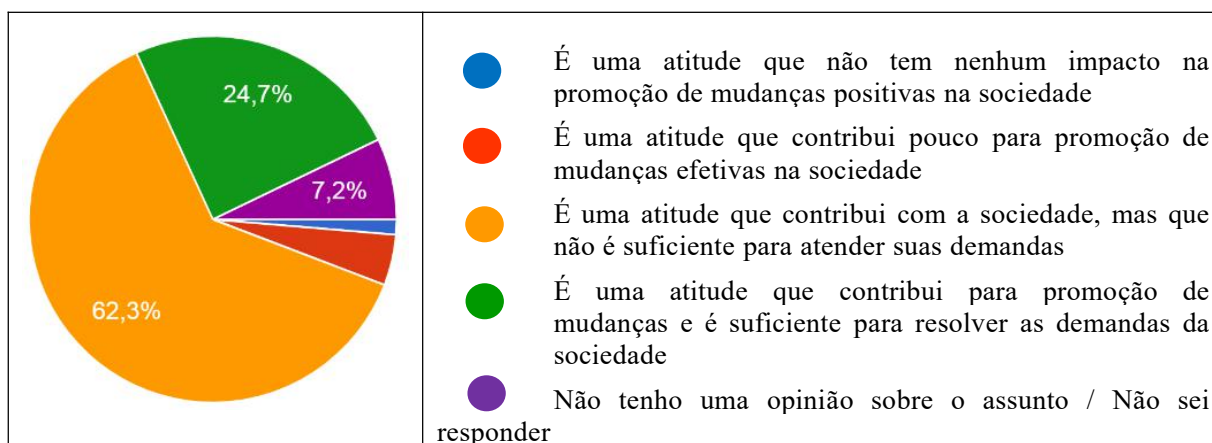
É possível também que, ao incitar o participante a refletir sobre o tema, sua percepção sobre seus próprios entendimentos possa ser reavaliada na medida que se questiona o assunto e o provoca a refletir sobre ele. Essa ideia se relaciona com a possibilidade de contribuir com a capacidade reflexiva do indivíduo através de situações do seu cotidiano que permitam aproximação entre a situação vivida e seu entendimento sobre os acontecimentos do mundo. A proposição de que o contexto de degradação ambiental e o da pandemia atravessa a percepção sobre sustentabilidade do indivíduo se confirma através das respostas obtidas e remete à importância de se articular o contexto social aos objetivos educacionais por permitir a aproximação entre pensamento e realidade.

A questões 4 e 5 têm como objetivo avaliar a percepção dos participantes sobre o tema sustentabilidade no contexto das organizações, tendo em vista os novos papéis que delas são demandados diante dos problemas globais (KUNSCH, 2009) onde as perspectivas de mudança de cultura organizacional encontram novos contornos no âmbito da Agenda 2030 e dos ODS.

A questão 4 indaga sobre como os participantes avaliam a atitude das empresas na construção de posturas e modos de produção mais sustentáveis tendo em vista o crescente envolvimento do setor privado nessa causa (Gráfico 8). Busca-se compreender como os participantes percebem a postura das organizações frente as demandas da sociedade considerando a capacidade que possuem para promover novos modos de pensamento e de gestão que estejam alinhados à problemáticas e demandas coletivas.

Essa questão tem como referência o que foi discutido no tópico sobre violências e externalidades no contexto socioambiental que “apontam para um cenário de questionamentos sobre o papel das organizações como gestoras da vida social” (CABRAL; GONÇALVES; SALHANI, 2018, p. 257) e também a discussão a partir de Kunsch (2009) sobre os novos papéis da organização, sobretudo em relação à responsabilidade social e à sustentabilidade.

Gráfico 8. Percepção sobre a construção de posturas de sustentabilidade pelas empresas



Fonte: elaborado pela autora (2021).

As respostas indicam que a maior parte dos participantes (62%) percebe que problemas mais amplos da sociedade não são equacionáveis com a contribuição exclusiva das organizações e indica que pode existir uma percepção alinhada à compreensão do papel que outros atores (Estado, cidadãos, organizações não governamentais e da sociedade civil, etc.) exercem para a mudança social.

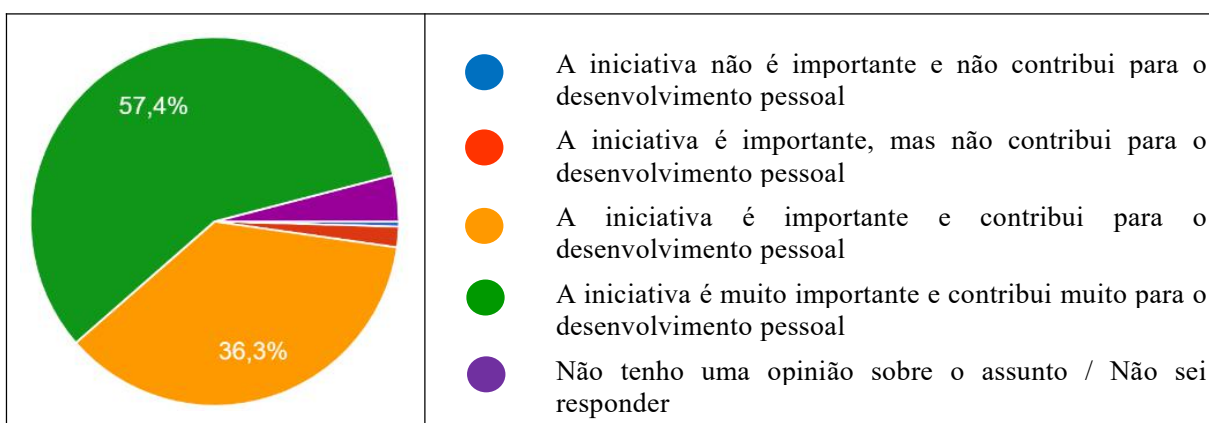
Outra possibilidade para esta questão seria perguntar aos participantes, em uma escala de 1 a 5, a relevância das organizações para a mudança social. No entanto, a possibilidade de explorar alternativas de resposta sugere uma oferta de sentidos que permitem que o indivíduo transite por seus significados à procura de uma resposta mais ou menos alinhada à sua percepção, fazendo-o refletir sobre o contexto que lhe é indagado.

Através da questão 5 buscou-se compreender a percepção dos participantes sobre a associação entre projetos de educação corporativa com foco em cultura de sustentabilidade e desenvolvimento pessoal (Gráfico 9), tendo em vista a crescente iniciativa das empresas em disseminar o tema junto ao público interno. A questão tem como premissa que a sustentabilidade representa um tema de relevância para a cidadania (DUDZIAK, 2008; MILID, 2015; BELLUZZO, 2018) que amplia as possibilidades de reflexão dos indivíduos

para seus contextos de vida e de ação no mundo (CAPRA, 1996; BALDISSERA, 2009b; LEFF, 2011).

Ao solicitar essa reflexão dos participantes, busca-se compreender a questão para além das práticas de T&D e de educação corporativa. Ao relacionar sustentabilidade e desenvolvimento pessoal, busca-se compreender se a sustentabilidade é percebida como valor para as pessoas e se seus contornos conferem sentido para elas.

Gráfico 9. Relação entre sustentabilidade, educação corporativa e desenvolvimento pessoal



Fonte: elaborado pela autora (2021).

Considerando que esta questão é a última da seção 3 (Percepção sobre sustentabilidade), entende-se que o percurso reflexivo proposto nas questões que a antecederam – e que foi pensado com tal propósito – contribui para que o respondente tenha alguns elementos iniciais que o permita refletir sobre os nexos entre sustentabilidade e desenvolvimento pessoal.

Tendo em vista que quase 94% dos participantes responderam que disseminar a cultura da sustentabilidade junto ao público interno contribui (36,3%) ou contribui muito (57,4%) para o desenvolvimento pessoal, acredita-se que tal percepção não está relacionada à compreensão da sustentabilidade enquanto valor instrumental ou como objeto de conhecimento que permite saber mais sobre o tema e que contribui para novos comportamentos.

Acredita-se que esse resultado reflete a percepção da sustentabilidade como possibilidade de compreender o mundo por outra ótica e como potência reflexiva de aproximar-se de um assunto que tem impacto na vida do indivíduo por ser parte intrínseca da sua existência.

A percepção dos participantes nessa questão é um indicativo bastante importante para a organização que pretende trabalhar a cultura da sustentabilidade, pois também indica que o indivíduo busca formas de desenvolvimento para além da instrumentalidade técnica que sua ocupação exige e sua percepção também direciona um entendimento de que é importante que a organização seja capaz de promover ações para o aprimoramento pessoal de suas equipes.

Com base no que propõe Baldissera (2009b), acredita-se ainda que os participantes da pesquisa, de modo geral, inclinam-se para um entendimento de sustentabilidade como valor central da vida, considerando as respostas obtidas nesta seção. Essa informação pode ser bastante estratégica para formulação de programas educativos e para o planejamento da sustentabilidade na organização, pois permite considerar a aproximação do público com o tema e a possibilidade de engajamento em ações futuras.

5.4.4 Competência em informação para a sustentabilidade

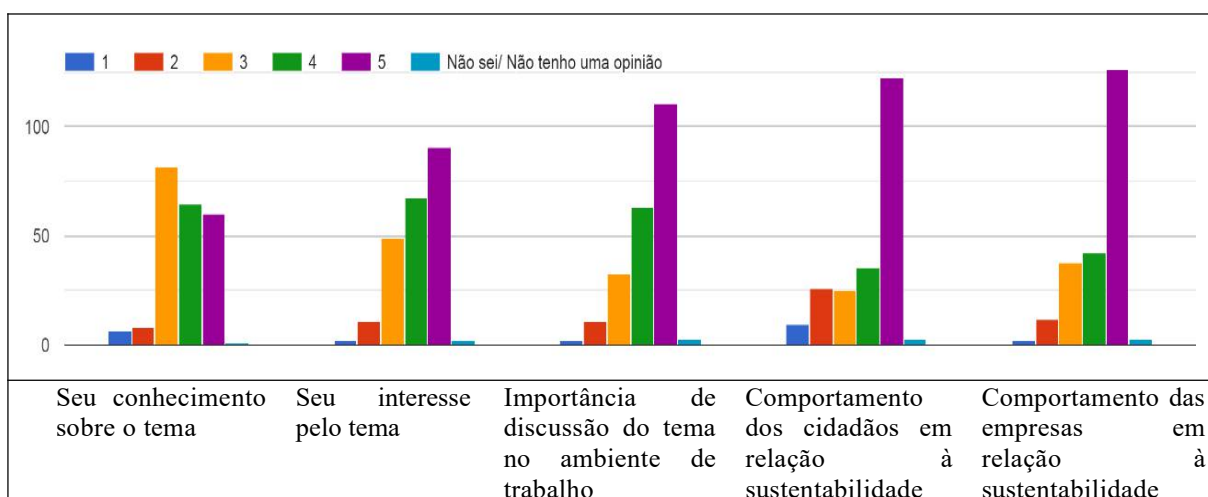
Nesta seção buscou-se articular padrões de competência em informação e sustentabilidade utilizando como referência os padrões de competência em informação para o ensino superior da *Association of College and Research Libraries* (ACRL): Padrão 1 (Necessidade informacional), Padrão 2 (Acesso à informação), Padrão 3 (Avaliação da informação), Padrão 4 (Uso da informação) e Padrão 5 (Uso ético da informação) (OLIVEIRA; OLIVEIRA, 2019) e a inter-relação entre a competência em informação e sustentabilidade (BERBEL; ANDRELO, 2020).

Esses estudos nortearam a construção da seção 4, onde foi elaborada uma pergunta para cada padrão de competência, tendo como foco o ODS 4 (Assegurar a educação inclusiva e equitativa de qualidade, e promover oportunidades de aprendizagem ao longo da vida para todos), a Competência Normativa (do quadro de competências-chave para a sustentabilidade) que é expressa pela “habilidade de entender e refletir sobre as normas e os valores que fundamentam as ações das pessoas; e negociar valores, princípios, objetivos e metas de sustentabilidade, em um contexto de conflitos de interesses e concessões, conhecimento incerto e contradições” (UNESCO, 2017) e sua inter-relação com indicadores de competência em informação e midiática que possibilitam o uso ético e legal da informação e a responsabilidade social em relação à mediação pelo diálogo intercultural e a educação (BELLUZZO, 2018).

A questão 1 aborda o primeiro padrão (Necessidade informacional), questionando os participantes, numa escala de 1 a 5 (sendo 1 nada relevante e 5 muito relevante), sobre a relevância atribuída para as seguintes proposições: o conhecimento e compreensão do participante sobre o tema da sustentabilidade, seu interesse pelo tema, a importância de discussão do tema no ambiente de trabalho, o comportamento dos cidadãos e das empresas em relação à sustentabilidade (Gráfico 10).

Essa questão refere-se à capacidade do indivíduo de tomar consciência sobre a necessidade da informação (ANDRELO, 2016) e determinar a natureza e a extensão da informação como suporte do seu processo de decisão (DUDZIAK, 2003).

Gráfico 10. Relevância para proposições sobre necessidade informacional



Fonte: elaborado pela autora (2021).

O objetivo dessa questão foi propor alternativas aos participantes que provocassem uma reflexão sobre a necessidade informacional para a sustentabilidade. Os dados obtidos permitem posicionar o público interno – especificamente no que se refere aos respondentes da pesquisa – diante a possibilidade de mudança de cultura na organização com foco na sustentabilidade.

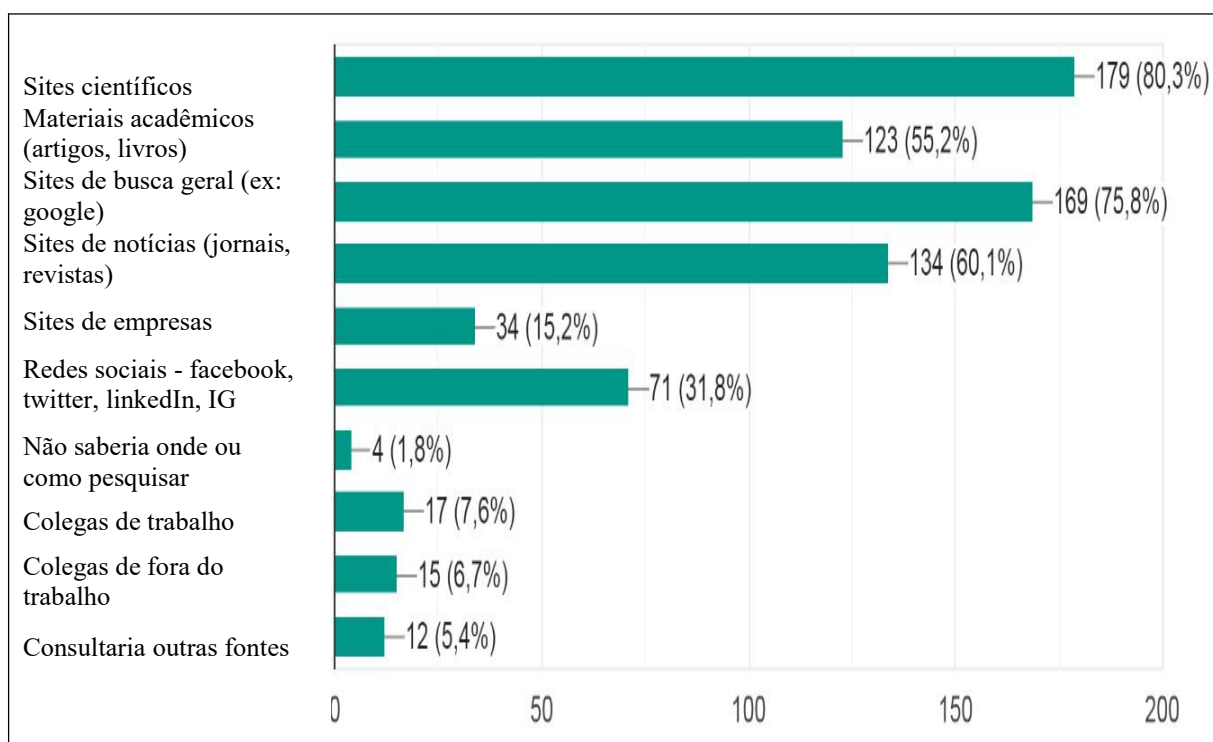
Algumas questões de fundo podem ser elaboradas para ampliar esse entendimento: O indivíduo considera válido que esse tema faça parte do discurso e da prática organizacional? Caso a organização assuma uma posição favorável ao desenvolvimento da sustentabilidade no contexto das suas estratégias e da sua cultura, qual o nível de resistência que pode existir? Ou quais facilidades podem ser observadas? A sustentabilidade é considerada relevante na conduta organizacional? E na conduta do indivíduo enquanto cidadão?

A necessidade informacional presume que o indivíduo seja consciente das demandas que envolve a sustentabilidade no contexto organizacional, não apenas para que sua prática se justifique, mas para que as ideias mobilizadas façam sentido e para que seja possível avançar em diálogos que promovam a mudança na forma de pensar e de agir das organizações.

Os resultados desta questão sugerem um ambiente favorável ao desenvolvimento da cultura da sustentabilidade na organização pesquisada, considerando a incidência de relevância máxima atribuída às proposições apresentadas, e permitem inferir que os participantes reconhecem a importância da sustentabilidade para os indivíduos e para as organizações, compreendendo que ambos comportamentos são relevantes para a sustentabilidade.

A questão 2 buscou compreender quais as principais fontes de informação sobre sustentabilidade são utilizadas pelos participantes, com base no segundo padrão (Acesso à informação) (Gráfico 11), tendo sido solicitado a seleção de pelo menos três fontes. Essa questão refere-se à capacidade do indivíduo de procurar, identificar, acessar e recuperar informações (ANDRELO, 2016) e ser capaz de identificar e manusear fontes potenciais de informação de forma efetiva e eficaz (DUDZIAK, 2003).

Gráfico 11. Preferência de fontes de acesso à informação



Fonte: elaborado pela autora (2021).

Perguntados sobre outras fontes não listadas, essa pergunta retornou 12 respostas onde os participantes responderam que buscariam informação através de Podcasts (3 respostas); Youtube (2 respostas); Profissionais da área (3 respostas); Outras fontes somaram 4 respostas.

Ao apresentar diferentes fontes de informação, busca-se não apenas uma abordagem educativa através de exemplos, mas também observar quais fontes são, na percepção dos participantes, mais adequadas à pesquisa sobre sustentabilidade. A maior incidência de respostas na opção “sites científicos”, sugere que os participantes acreditam que a legitimação da informação é um fator importante nos processos de busca.

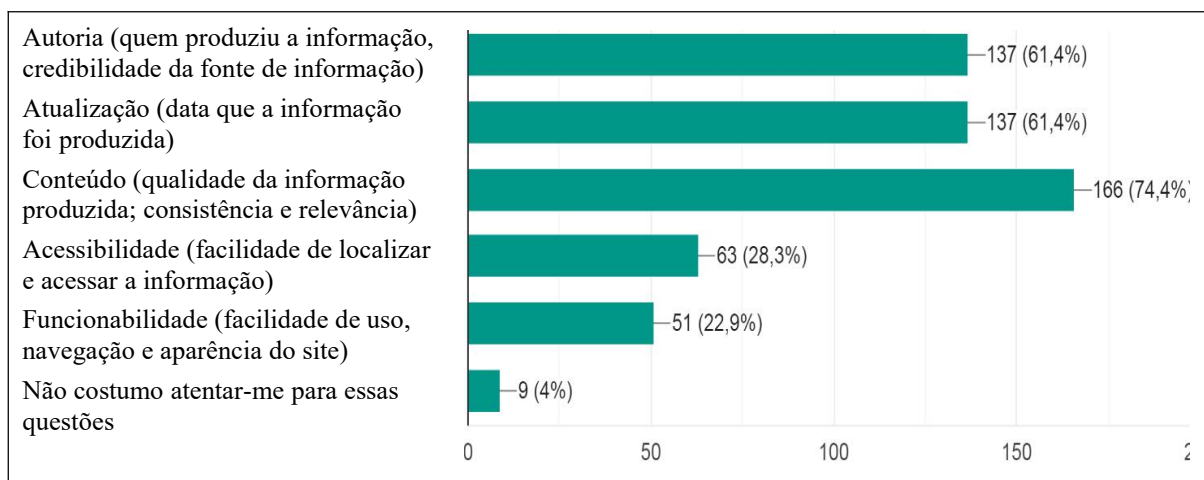
Presume-se que esse dado pode ter relação com o nível de escolaridade dos participantes já que 60,5% possuem nível superior completo e 12,6% pós-graduação, o que permite inferir que essas pessoas têm algum tipo de familiaridade com fontes de informação de viés acadêmico e científico. No entanto, ao não ser possível compreender o que o indivíduo entende por site científico – também em função da abrangência dessa fonte e da não especificação desta opção no questionário – não é possível afirmar que sua habilidade de acesso seja eficaz nesse sentido.

Apesar disso, pode-se inferir que os participantes reconhecem a pluralidade de fontes de informação que podem ser utilizadas, ainda que a média de número de fontes selecionadas não tenha passado das três solicitadas para a questão (média de 3,35). Além disso, a segunda maior incidência de respostas na opção “sites de busca” pode ter relação com a primeira proposição da questão 1 (Seu conhecimento sobre o tema da sustentabilidade) que apresentou a maior porcentagem de relevância 3 (intermediária) dentre as proposições apresentadas. Ao não se identificarem como indivíduos que possuem conhecimentos relevantes sobre sustentabilidade, procurar em sites de busca pode representar uma perspectiva mais ampla de ter contato com o tema e obter informações.

A questão 3 articula o terceiro padrão (Avaliação da informação) questionando quais critérios os participantes utilizam quando em contato com a informação (Gráfico 12). Foi solicitado que o participante selecionasse todas as alternativas vistas como necessárias, sendo elas: Autoria; Atualização; Conteúdo; Acessibilidade; Funcionabilidade.

A abordagem desta questão tem como referência Oliveira e Oliveira (2019) que elenca as proposições apontadas e que estão associadas à capacidade de avaliar criticamente a qualidade das fontes de informação (ANDRELO, 2016) segundo critérios de relevância e lógica relacionadas ao sistema de valores e conhecimento do indivíduo (DUDZIAK, 2003).

Gráfico 12. Critérios utilizados para avaliar a informação



Fonte: elaborado pela autora (2021).

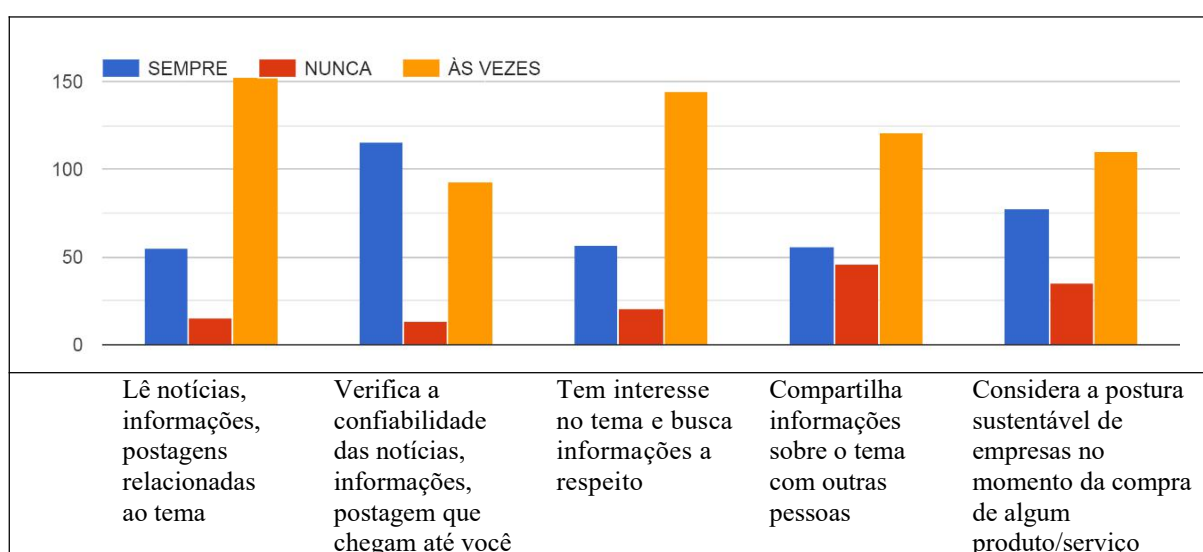
Os resultados indicam que o critério mais importante para os participantes ao avaliar uma informação é seu conteúdo, porém, considerando que as proposições apresentadas se inter-relacionam, esperava-se que os participantes escolhessem mais critérios do que a média selecionada (média de 2,4 opções escolhidas) tendo em vista que a questão permitia a seleção de todas as opções. Além disso, entende-se que o critério *conteúdo* pode ser subjetivo na medida que se relaciona com o sistema de valores e de conhecimento do indivíduo.

Considera-se ainda que o padrão de avaliação da informação é de grande importância para o entendimento da sustentabilidade frente a multiplicidade de discursos e visões que ela congrega. Refletir sobre a informação nesse contexto é essencial para posicionar o indivíduo diante os problemas do mundo e provocar seu entendimento sobre os desafios, controvérsias e pluralidade que sustentam seus significados e práticas. Ao avaliar a informação é preciso reconhecer que esses aspectos incidem na percepção e entendimento sobre sustentabilidade, conferindo possibilidades mais amplas de articular esse padrão de competência à ações educativas.

A questão 4 aborda o quarto padrão (Uso da informação), questionando a frequência que os participantes praticam as seguintes ações: 1) Lê notícias/informações/postagens relacionadas ao tema; 2) Verifica a confiabilidade das notícias/informações/postagens que chegam até você; 3) Tem interesse no tema e busca informações a respeito; 4) Compartilha informações sobre o tema com outras pessoas; 5) Considera a postura sustentável de empresas no momento da compra de algum produto/serviço (Gráfico 13).

Essa abordagem tem como referência a capacidade do indivíduo de utilizar eficazmente a informação em função de um objetivo (ANDRELO, 2016) e usar e comunicar a informação, com um propósito específico [...] gerando novas informações e criando novas necessidades informacionais (DUDZIAK, 2003). Compreender como a informação sobre sustentabilidade é utilizada permite observar como os participantes se envolvem com o tema, ou seja, para além do fato de reconhecerem sua importância (necessidade informacional) é preciso compreender como esse reconhecimento se traduz na prática do indivíduo.

Gráfico 13. Preferências relacionadas ao uso da informação



Fonte: elaborado pela autora (2021).

A frequência intermediária (às vezes) predominante nos resultados sugere que, apesar de um possível entendimento da sustentabilidade como valor central da vida – constatado a partir da seção 3 do questionário – e que os resultados apontados no padrão necessidade informacional indicam um ambiente favorável à sustentabilidade no contexto organizacional, o engajamento dos participantes em relação ao uso da informação não é proporcional aos outros aspectos observados. Isso pode ser um indicativo de que existe um distanciamento entre o pensamento e a prática da sustentabilidade, o que pode representar uma oportunidade de desenvolvimento através de ações educativas junto ao público interno. Mais do que possibilitar refletir sobre como o participante usa a informação, essa questão oferece a oportunidade de articular situações que podem ser relevantes para pensar sobre o comportamento do indivíduo em um contexto de mudança cultural para a sustentabilidade e medir seu engajamento com o tema.

Através da questão 5 busca-se avaliar o quinto padrão (Uso ético da informação). Para isso, optou-se por apresentar duas abordagens sobre um tema com o pedido de análise do participante diante dois contextos distintos. O tema escolhido foi o rompimento da barragem de Brumadinho ocorrido em 25/01/2019 em função da sua relevância nas coberturas jornalísticas e do enorme impacto social e ambiental causado. Essa questão tem como referência a capacidade do indivíduo em gerar informação de um modo socialmente aceitável (ANDRELO, 2016), considerando as implicações de suas ações e dos conhecimentos gerados, observando aspectos éticos, políticos, sociais e econômicos (DUDZIAK, 2003).

A primeira abordagem apresentou um breve contexto dos danos provocados pelo rompimento da barragem seguido de manchetes de matérias jornalísticas sobre o evento, tendo sido selecionadas três fontes: 1) Reparação ambiental é lenta depois de um ano da tragédia de Brumadinho (Jornal da USP, 24/01/2020); 2) Famílias de vítimas de Brumadinho enfrentam recursos da Vale para indenizações (Folha de São Paulo, 13/08/2020); 3) “Estamos presos naquele dia”: 1 ano após o rompimento da barragem de Brumadinho, os impactos duradouros da tragédia (BBC, 25/01/2020). A composição é apresentada através da Figura 4.

Figura 4. Notícias sobre o rompimento da Barragem de Brumadinho

O rompimento da barragem de Brumadinho



...no caso de **Brumadinho**, a barragem pertence a mineradora multinacional brasileira **Vale S.A.** O volume de dejetos expelido foi de cerca de **12 milhões** de m³. A lama, que continha **ferro, sílica e água**, atingiu o **rio Paraopeba**, o que acabou por afetar, de maneira negativa, a qualidade da água. Apesar de a lama não ser considerada tóxica pela Vale, alguns órgãos – como as Secretarias de Estado de Saúde (SES-MG), de Meio Ambiente e Desenvolvimento Sustentável (Semad), e de Agricultura, Pecuária e Abastecimento (Seapa) – comunicaram que essa água presente no rio apresentava riscos. Até o final de agosto de 2019 (cerca de 7 meses depois), foram contabilizadas **241 mortes** e outras 21 pessoas que ainda seguem desaparecidas.

Adaptado de: <https://www.politize.com.br/barragem-de-rejeitos/> (19/09/2019)

JORNAL DA USP USP Universidade de São Paulo

PÁGINA INICIAL CIÊNCIAS TECNOLOGIA EDUCAÇÃO CULTURA ATUALIDADES UNIVERSIDADE INSTITUCIONAL

Home > Atualidades > Reparação ambiental é lenta depois de um ano da tragédia de Brumadinho

Atualidades - 24/01/2020

Reparação ambiental é lenta depois de um ano da tragédia de Brumadinho 24/01/2020

Pedro Luiz Côrtes diz que dano ambiental é de difícil reparação, pois a lama se sobrepõe ao solo e dificulta o florescimento de vegetação

Editorias: Atualidades, Jornal da USP no Ar, Rádio USP - URL Curta: jornal.usp.br/?p=267649

UOL HOST PAGAMENTOS PROSEQUIRO CURSOS UOL

FOLHA DE S. PAULO ENTRAR BUSCAR

cotidiano > educação ambiente saúde coronavírus rio de janeiro feminicídio mortes LITERAS ARQUIVOS PRENSAS

Famílias de vítimas em Brumadinho enfrentam recursos da Vale para indenizações 13/08/2020

Moradores da cidade questionam mineradora por cortes no auxílio emergencial

11 ago 2020 às 12:00

BBC NEWS | BRASIL

Notícias Brasil Internacional Economia Saúde Ciência Tecnologia Aprenda Inglês #SaiaSocial Vídeos

‘Estamos presos naquele dia’: 1 ano após rompimento de barragem de Brumadinho, os impactos duradouros da tragédia 25/01/2020

Fonte: elaborado pela autora (2021) a partir das matérias jornalísticas.

A segunda abordagem apresentada refere-se à comunicação da empresa Vale em seu Twitter e em sua página institucional, cuja composição é apresentada na Figura 5.

Figura 5. Comunicação institucional no Twitter e no site da empresa Vale

Vale no Brasil @valenobrasil

A natureza é preocupação de todos, e devemos proteger seus recursos. Aderimos ao Call to Action da Business for Nature para incentivar governos a adotarem medidas para reverter as perdas ambientais desta década. Junte-se a nós: tinyurl.com/yy7pxke5. #natureiseveryonesbusiness

Publicado em 21/09/2020

Vale no Brasil @valenobrasil

Em resposta a @valenobrasil

Sobre #Brumadinho, nosso CEO reforça que o compromisso se mantém: as indenizações continuam, acordos com autoridades focados em projetos de reparação, proteção da fauna e flora até a segurança hídrica. “Ou seja, já fizemos muito, e vamos continuar fazendo”, finaliza.

10:09 AM · 30 de jul de 2020 · Twitter Web App **Publicado em 30/07/2020**

Vale no Brasil @valenobrasil

Em resposta a @valenobrasil

Assumimos um compromisso histórico com o futuro do planeta. E, para isso, vamos investir pelo menos 2 bilhões de dólares nos próximos anos, o maior valor já comprometido pela indústria da mineração para o combate às mudanças climáticas.

Publicado em 17/06/2020

Sobre a Vale

01/07/2020

Solidariedade: Vale está entre as maiores doadoras do Brasil para o combate à COVID-19

A empresa comprou na China mais de 600 toneladas de insumos – kits de teste rápido e equipamentos de proteção individual (EPIs) – para apoiar o governo federal e os estados onde a empresa mantém operações (MG, PA, MA, ES, MS e RJ) no combate à disseminação do novo coronavírus (Sars-CoV-2). Esta ajuda emergencial, que representou um investimento de R\$ 223,3 milhões, seguiu rigorosamente a orientação das autoridades de saúde.

Para garantir a saúde financeira de seus fornecedores, a empresa também anunciou um pacote de quase R\$ 1 bilhão, que beneficia aproximadamente 3 mil fornecedores em todo o país.

Publicado em 01/07/2020

Fonte: elaborado pela autora (2021) a partir das fontes citadas.

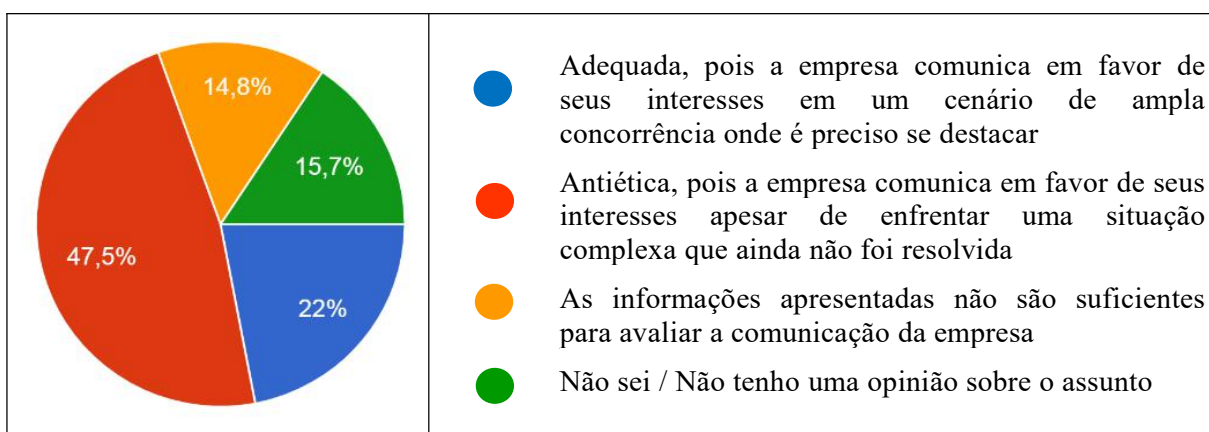
Foram selecionadas três postagens da rede social: 1) A natureza é preocupação de todos, e devemos proteger seus recursos. Aderimos ao Call do Action da Business for Nature para incentivar governos a adotarem medidas para reverter as perdas ambientais dessa década (21/09/2020); 2) Sobre #Brumadinho, nosso CEO reforça que o compromisso se mantém: indenizações continuam, acordos com autoridades focados em projetos de reparação, proteção da fauna e flora até a segurança hídrica. “Ou seja, já fizemos muito, e vamos continuar fazendo”, finaliza (30/07/2020); 3) Assumimos um compromisso histórico com o futuro do planeta. E, para isso, vamos investir pelo menos 2 bilhões de dólares nos primeiros anos, o

maior valor já comprometido pela indústria de mineração para o combate às mudanças climáticas (17/06/2020). Também foi selecionada uma matéria publicada no site da empresa intitulada “Solidariedade: Vale está entre as maiores doadoras do Brasil para o combate à COVID-19”, onde a empresa destaca valores da sua contribuição financeira durante a pandemia.

A partir desse contexto, solicitou-se ao participante a análise das composições apresentadas para responder, segundo seu próprio juízo de valor, se a comunicação da empresa era adequada ou antiética. O objetivo foi apresentar visões diferentes sobre um mesmo tema para que o participante pudesse julgar a comunicação da empresa Vale com base nas mensagens trazidas e as diferentes comunicações selecionadas.

O Gráfico 14 reflete as opiniões dos participantes sobre a comunicação da empresa Vale.

Gráfico 14. Percepção sobre o uso ético da informação



Fonte: elaborado pela autora (2021).

Pode-se inferir que apresentar questões desse tipo estimulam o pensamento crítico dos participantes ao solicitar a tomada de posição diante determinado contexto, tendo em vista que a ética, a responsabilidade social, a sustentabilidade e a transparência são premissas de uma mesma direção de pensamento que também estão atreladas à competência em informação e midiática para a cidadania, conforme discutido amplamente neste trabalho.

Acredita-se que a ética é uma ferramenta de gestão que agrega valor à organização e ao indivíduo, de modo que a articulação de competências pode oportunizar a problematização de situações no contexto organizacional, servindo à promoção do diálogo, da compreensão e da construção coletiva de significados.

As respostas obtidas através dessa questão mostram a predominância de uma posição dos participantes que consideraram a comunicação da empresa como antiética (47,5%), mas também revela que a percepção sobre o tema é diversa. Considerando que 14,8% dos participantes afirmaram que as informações apresentadas não são suficientes para avaliar a questão e que 15,7% não possuem uma opinião sobre o assunto, acredita-se que talvez as abordagens produzidas não contenham elementos suficientes para promover a reflexão necessária à tomada de posição.

Apesar disso, os dados também sugerem que optar por determinada alternativa pressupõe a concepção de ética que o indivíduo possui, o que perpassa seus valores pessoais e sua forma de ver o mundo. Nesse sentido, não se pode esperar que fornecer mais elementos para interpretação pode favorecer o entendimento do indivíduo, mas pode contribuir para ampliar sua capacidade reflexiva.

Outro dado relevante é a porcentagem de participantes que consideraram a comunicação da empresa como adequada (22%) sendo que aqui observa-se uma limitação do questionário em compreender o posicionamento dos respondentes uma vez que não foi disponibilizado um campo adicional para incluir as motivações acerca das respostas marcadas. Considera-se ainda que esse assunto poderia ser melhor explorado caso houvesse oportunidades dialógicas para tratar e aprofundar temas que exigem outras abordagens.

Ao conduzir o percurso desta seção a partir dos padrões de competência em informação, observa-se muitas oportunidades para o desenvolvimento de ações com foco na cultura da sustentabilidade e que as organizações podem se beneficiar desse processo articulando temas de interesse, seja para lidar com situações problema, seja para conduzir estratégias de mudança.

No entanto, é preciso ter em mente que os significados são forjados a partir da interação com os interlocutores, do diálogo e da participação e que articular a competência em informação pode encontrar possibilidades mais amplas a partir de ações que promovam o contato entre as pessoas, a discussão de diferentes pontos de vista e a problematização de situações que atravessam o cotidiano dos indivíduos no contexto de trabalho e em outros âmbitos de suas vidas.

5.4.5 Competência midiática para a sustentabilidade

A penúltima seção do questionário foi construída com base nas dimensões da competência midiática, discutidas por Ferrés e Piscitelli (2015). Foi selecionado uma proposição de cada dimensão (Linguagem, Tecnologia, Processos de Interação, Processos de Produção e Difusão, Ideologia e Valores, Estética) nos dois âmbitos discutidos pelos autores (âmbito da análise e âmbito da expressão).

Buscou-se articular essas dimensões com o tema da sustentabilidade, com foco no ODS 12 (Assegurar padrões de produção e de consumo sustentáveis) com a Competência em Pensamento Sistêmico (do quadro de competências-chave para a sustentabilidade) que é expressa pela “habilidade de reconhecer e compreender relacionamentos; analisar sistemas complexos; pensar como os sistemas são incorporados dentro de diferentes domínios e diferentes escalas; e lidar com a incerteza (UNESCO, 2017) e a inter-relação com os indicadores de competência em informação e midiática que relacionam-se à cidadania e vão além da busca e uso da informação, pois implicam saber o porquê do uso da informação e envolvem características ideológicas, políticas e ambientais (BELLUZZO, 2018).

As questões foram construídas a partir de vídeos e imagens, considerando seu potencial de sensibilização para questões relativas ao ODS 12, com objetivo de provocar reflexão dos participantes sobre os conteúdos midiáticos e a conscientização sobre problemas que exigem uma percepção sistêmica sobre as práticas de produção e consumo, buscando que o indivíduo seja capaz de reconhecer comportamentos, situações e impactos associados.

Os vídeos escolhidos são base para as questões 1, 2 e 3, sendo eles: Vídeo 1 “A história de uma colher”, da organização não-governamental Greenpeace¹¹; Vídeo 2 “Economize água” da empresa Colgate¹². Os vídeos constituem uma importante ferramenta educacional e podem ser considerados como oportunidade de sensibilização diante das possibilidades de interação simbólica e de produção de sentidos. Entende-se que as produções audiovisuais utilizadas estão associadas à discursos distintos que mobilizam diferentes perspectivas.

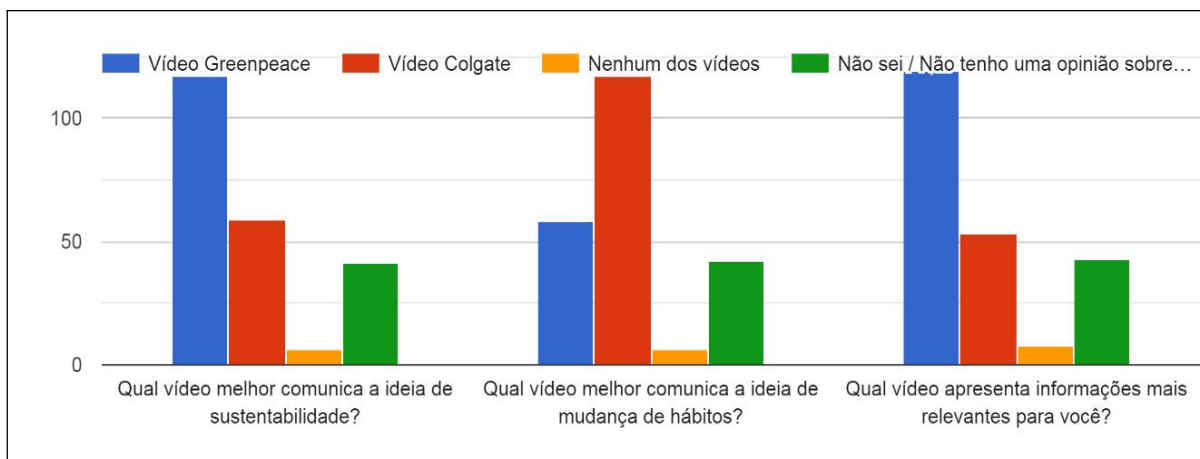
A questão 1 objetivou explorar a percepção dos participantes sobre as mensagens transmitidas nos vídeos com base em questionamentos relacionados ao ODS 12, como mostra o Gráfico 15. A dimensão de competência midiática atrelada à essa questão é a dimensão

¹¹ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=0QiM7MFsBiE>

¹² Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=jEGELZwMzYM>

Linguagem (proposição escolhida no âmbito da análise: Capacidade de analisar e avaliar as mensagens a partir da perspectiva do significado e do sentido, das estruturas narrativas e das convenções de gênero e de formato).

Gráfico 15. Percepção das mensagens audiovisuais



Fonte: elaborado pela autora (2021).

Os resultados dessa questão apontam que os participantes consideraram mais relevante o vídeo 1, que representa também a opção que melhor comunica a ideia de sustentabilidade de acordo com a incidência de respostas. Pode-se inferir que esse resultado decorre do fato do vídeo 1 abordar o tema a partir da lógica da globalização, contextualizando como as cadeias de produção estão estruturadas, apresentando uma visão alicerçada no pensamento sistêmico e na conduta de consumo dos indivíduos nesse cenário mais amplo.

Já o vídeo 2 aborda a questão do desperdício de água durante a escovação, apresentado uma visão centrada no hábito do consumidor que concorre com quadros de escassez de água e de dificuldades de acesso de grande parte das pessoas à este recurso fundamental, sem considerar outras problematizações de modo mais sistêmico, tendo em vista que esse problema é fortemente afetado por outras circunstâncias, para além dos hábitos de desperdício.

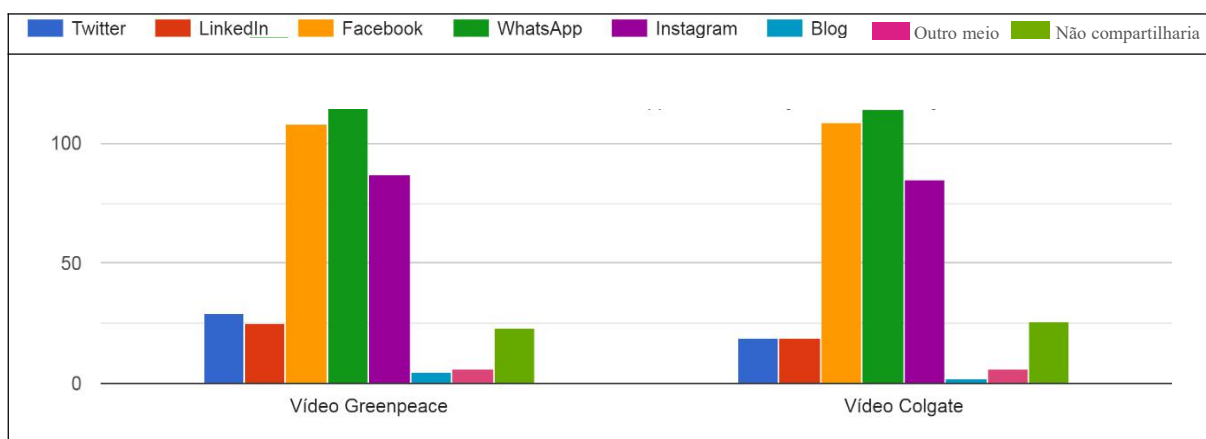
Ao indagar os participantes sobre a relevância dos vídeos e sobre qual melhor comunica a ideia de sustentabilidade e de mudança de hábitos, enfatiza-se que existe uma distinção a ser considerada, abrindo espaço para que o participante possa observar as nuances que permeiam as intencionalidades de cada um deles. Ao permitir somente uma resposta para cada pergunta essa provocação fica ainda mais evidente, sendo que o

propósito desse tipo de articulação é que o participante seja capaz de mobilizar sua capacidade crítica para interpretar o conteúdo e posicionar-se.

A questão 2 buscou explorar o entendimento dos participantes em relação aos meios midiáticos e suas respectivas audiências. Para isso, foram apresentadas opções sobre mídias sociais comumente utilizadas no Brasil, sendo permitido a escolha de mais de uma mídia para cada um dos vídeos, e perguntado quais meios os participantes utilizariam para compartilhar os conteúdos (Gráfico 16). Isso foi articulado com a pretensão de que o participante refletisse sobre os conteúdos midiáticos (seus significados e desdobramentos) diante a ação do compartilhamento, tendo em vista que os públicos e as interações que são mediadas através das redes apresentadas possuem especificidades distintas.

A dimensão de competência midiática que se relaciona com essa questão é a dimensão Linguagem (proposição escolhida no âmbito da expressão: Capacidade de escolher entre diferentes sistemas de representação e estilos em razão da situação comunicativa, do tipo de conteúdo a ser transmitido e do tipo de interlocutor) e a dimensão Tecnologia (proposição escolhida no âmbito da análise: Capacidade de manusear as inovações tecnológicas tornando possível uma comunicação multimodal e multimídia).

Gráfico 16. Meios utilizados para compartilhamento



Fonte: elaborado pela autora (2021).

Pode-se inferir que a preferência por determinada mídia social para o compartilhamento dos vídeos apresentados pode refletir a aproximação e interação que o indivíduo tem com a mídia escolhida, ou seja, aquelas que fazem parte da sua experiência cotidiana. A semelhança entre os gráficos correspondentes aos vídeos 1 e 2 sugere que os participantes escolheram as mesmas mídias como opção de compartilhamento para ambos os vídeos. Apesar da questão 1 mostrar que os participantes compreendem que os vídeos

possuem inclinações distintas, o hábito do compartilhamento parece não considerar que tais diferenças sejam relevantes.

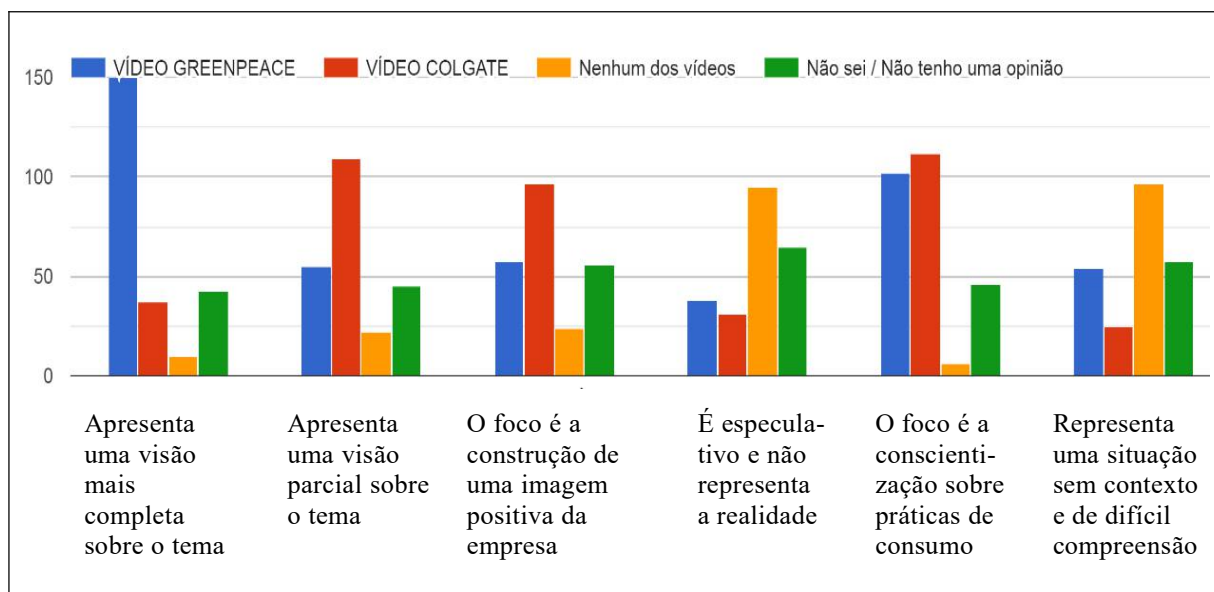
No entanto, é importante reconhecer que esses espaços representam possibilidade de interação e de compartilhamento de sentidos e que os conteúdos ganham contornos distintos quando vinculados pelos indivíduos em suas mídias diante das audiências a que estão associadas. Nesse sentido, a ideia da sustentabilidade ganha possibilidades de difusão e de interpretação, principalmente quando se considera o multiprotagonismo dos públicos, o papel de mídia que podem assumir, sendo que tais circunstâncias ampliam a circulação de sentidos sobre as organizações e também sobre a sustentabilidade, associada aos conteúdos que são compartilhados e/ou transformados no ambiente digital.

A questão 3 apresentou diferentes proposições para que os participantes refletissem e escolhessem o vídeo que melhor representasse as seguintes ideias: 1) Apresenta uma visão mais completa sobre sustentabilidade; 2) Apresenta uma visão parcial sobre sustentabilidade; 3) O foco é a construção de uma imagem positiva da empresa que produziu o vídeo; 4) É especulativo e não representa a realidade; 5) O foco é a conscientização sobre práticas de consumo; 6) Representa uma situação sem contexto e de difícil compreensão (Gráfico 17).

A dimensão de competência midiática que se relaciona com essa questão é a dimensão Processos de produção e difusão (proposição escolhida no âmbito da análise: Conhecimento das diferenças básicas entre as produções individuais e coletivas, populares e corporativas, e no caso da última, de titularidade pública ou privada) e a dimensão Ideologia e Valores (proposição escolhida no âmbito da análise: Capacidade de descobrir o modo como as representações midiáticas estruturam nossa percepção da realidade, frequentemente em relação às comunicações inadvertidas).

O objetivo dessa questão foi ampliar as camadas de sentidos que podem ser atribuídos aos conteúdos apresentados com base em outros indicadores de competência midiática, descortinando assim outras possibilidades de entendimento e reflexão crítica. Quando se pergunta, por exemplo, qual vídeo tem foco na conscientização sobre práticas de consumo, entende-se que os dois conteúdos têm esse objetivo, mas com perspectivas distintas. Aqui busca-se observar a percepção do indivíduo sobre os conteúdos, considerando a produção de sentidos e a leitura possibilitadas pela interação com os vídeos.

Gráfico 17. Análise crítica das mensagens audiovisuais



Fonte: elaborado pela autora (2021).

Outra possibilidade que a questão oferece é em relação às possibilidades de interpretação em função da forma como as questões são apresentadas. Observa-se que na questão 1 foi perguntado qual dos vídeos melhor comunica a ideia de sustentabilidade e o vídeo 1 obteve 117 respostas. Na questão 3 quando perguntado sobre qual vídeo apresenta uma visão mais completa sobre sustentabilidade, o vídeo 1 obteve 150 respostas. Tendo em vista a totalidade de respostas (223), considera-se que existe uma mudança importante entre as duas questões, embora tenham especificidades diferentes em sua formulação, indagam reflexões que estão na mesma direção e essa diferença no número de respostas não era esperada.

Considerando o intervalo entre as questões 1 e 3 que incitam diferentes observações, imagina-se que talvez o participante tenha assistido mais uma vez os vídeos para refletir sobre as proposições apresentadas, já que as alternativas desta última exigem uma reflexão mais profunda do que proposto na primeira questão da seção. Essa inferência pode ser relevante para a construção de propostas educativas com foco em competência midiática e sustentabilidade a partir do uso de diversos indicadores associados a um mesmo conteúdo, articulando diversas camadas de significados e propondo interpretações e análises variadas.

A questão 4 se concentrou em compreender as reações dos participantes em relação à quatro imagens que refletem questões relacionadas à sustentabilidade. A dimensão de competência midiática que se relaciona com essa questão é a dimensão Processos de interação (proposição escolhida no âmbito da análise: Capacidade de avaliar os efeitos

cognitivos das emoções: ter consciência das ideias e valores que se associam aos personagens, ações e situações e que geram, de acordo com os casos, emoções positivas e negativas) e a dimensão Estética (proposição escolhida no âmbito da análise: Capacidade de extrair prazer dos aspectos formais, ou seja, não apenas o que se comunica como também a forma como se comunica).

Optou-se pela escolha de diferentes tipos de imagens, visando explorar outras narrativas imagéticas como forma de sensibilização, tendo como referência a proposta baseada na alfabetização ecológica (CAPRA, 1996) e o processo de despertar de uma consciência reflexiva definida como processo que “envolve um alto grau de abstração cognitiva, incluindo a capacidade de reter imagens mentais que possibilita a criação de valores, crenças, objetivos e estratégias” (CAPRA, 2002 apud BALDISSERA, 2009b, p. 38).

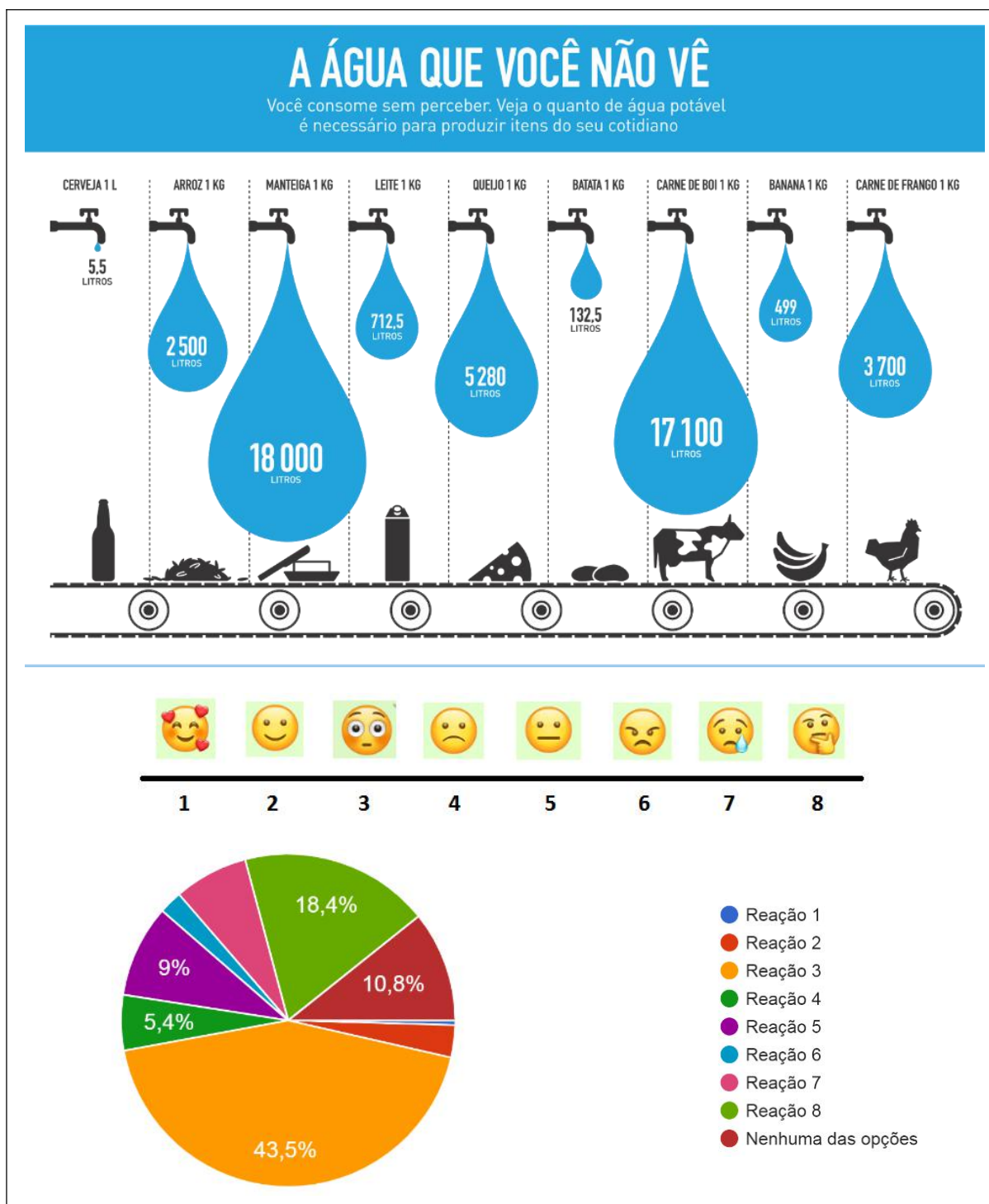
Desse modo, são apresentadas aos participantes três tipos de imagem: o infográfico, a fotografia e a charge. Foram apresentadas oito diferentes reações a partir de emojis, que são utilizados em mídias sociais, e solicitado que os participantes selecionassem o emoji que melhor expressasse sua reação em relação a cada uma das imagens.

A primeira imagem apresentada é um infográfico que traz informações sobre a quantidade de água utilizada na produção de itens alimentícios, visando provocar uma reflexão que dialoga com a mensagem transmitida através do vídeo 2, abordado na questão anterior. O gráfico 18 mostra a distribuição das reações em relação à imagem.

O objetivo de utilizar o infográfico foi sensibilizar o participante trazendo uma informação associada ao seu cotidiano, fazendo-o refletir através de uma abordagem sistêmica sobre a produção de alimentos e uso da água.

Essa ideia tem como referência a meta 12.8 da Agenda 2030, associada o ODS 12 (Consumo e Produção Responsáveis) (Quadro 7.), a qual “visa garantir que todas as pessoas tenham informação relevante e conscientização sobre o desenvolvimento sustentável”, buscando uma aproximação que visa permitir que o participante reflita, a partir das sensações despertadas, sobre os significados da informação fornecida.

Gráfico 18. Reação expressa sobre a Imagem 1



Fonte: elaborado pela autora (2021); Imagem: adaptado de Planeta Sustentável, 2011.

Quando em contato com a informação, os participantes expressaram predominantemente uma reação de espanto (reação 3) o que presume desconhecimento da informação ou pode ser decorrente da ideia de proporção comparada que o infográfico apresenta. A segunda reação mais incidente nas respostas é de indagação/reflexão (reação 8)

que pode significar, por exemplo, que o infográfico provocou outras associações e pensamentos diante das informações ou ainda pode revelar uma preocupação relacionada aos quadros de escassez de água que são ocasionais na região onde a organização está localizada.

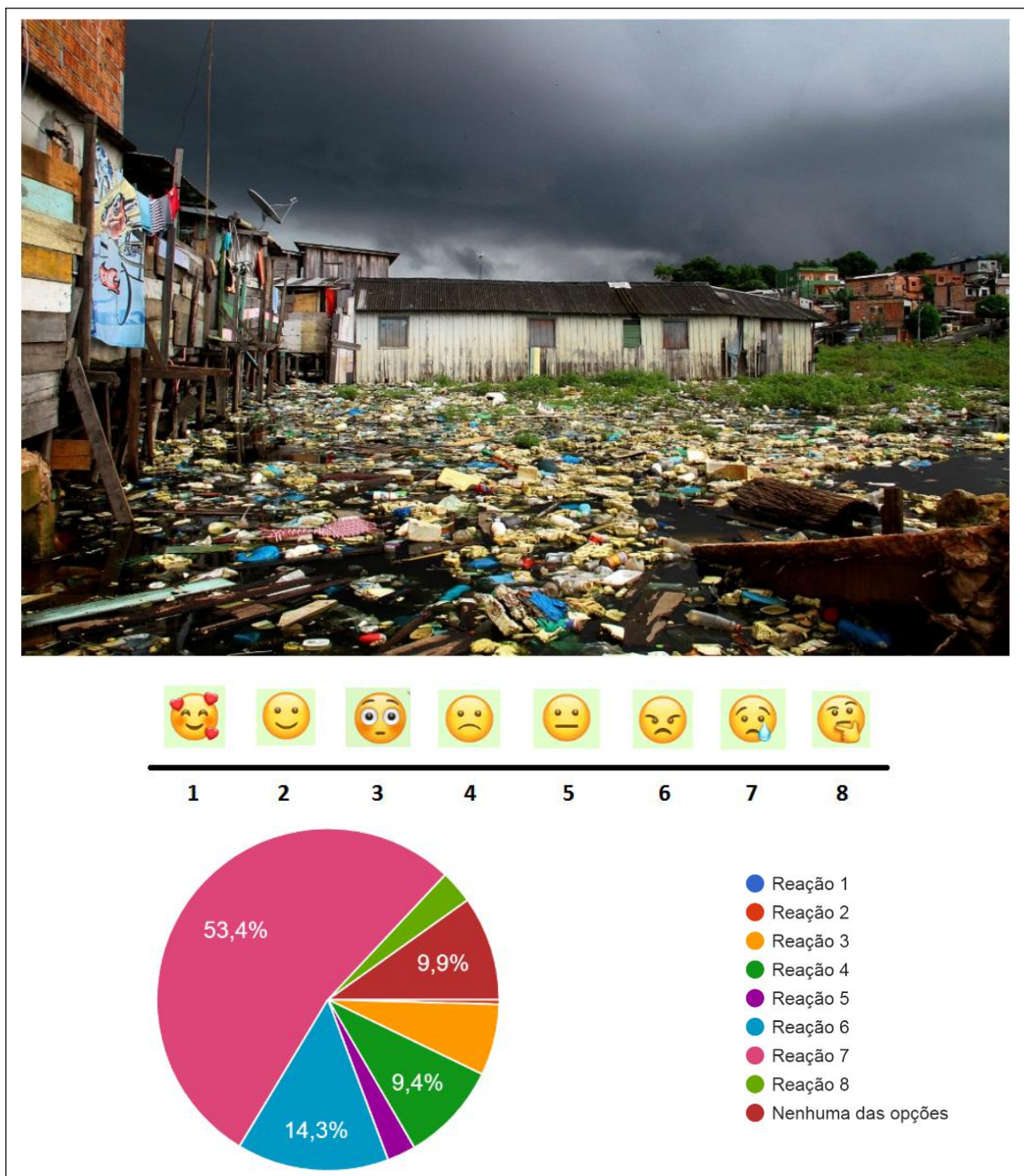
Ao propiciar o contato do indivíduo com esse tipo de narrativa, com base em informação, espera-se que ele seja capaz de ampliar seu entendimento sobre o cenário apresentado, considerando, por exemplo, os impactos relacionados aos sistemas produtivos, para além da água como insumo, mas como parte de um sistema mais amplo que condiciona a existência de pessoas e de organizações à disponibilidade hídrica.

Entende-se que esse tipo de imagem pode ser bastante relevante para articular competência midiática e sustentabilidade por permitir a associação entre imagem e informação e possibilitar inter-relações diversas. No caso desta questão optou-se por solicitar uma interpretação do participante com base nas emoções acionadas, mas outras dimensões e indicadores podem também ser utilizados, abrindo espaço para explorar o assunto a partir de outras perspectivas.

A segunda imagem escolhida é uma fotografia de fotojornalismo que mostra uma comunidade ribeirinha na cidade de Manaus (AM). A imagem foi extraída de uma reportagem produzida por uma mídia local, cujo foco é a destruição dos igarapés pelo acúmulo de lixo e esgoto não tratado em zonas urbanas (Gráfico 19).

Buscou-se através da imagem apresentar uma realidade habitacional diversa ao contexto dos participantes, atrelada à várias camadas de significados. A fotografia escolhida reflete um problema não apenas ambiental, como sugere a reportagem ao associá-la ao problema do lixo. Antes disso, reflete um problema de precarização na ocupação do território e de desigualdade, onde é possível refletir sobre condições de existência, sobre o comportamento do ser humano em seus contextos de vida diante das externalidades que determinadas camadas sociais estão sujeitas e também sobre o papel do Estado na elaboração de políticas públicas eficientes com foco no desenvolvimento sustentável.

Gráfico 19. Reação expressa sobre a Imagem 2



Fonte: elaborado pela autora (2021); Imagem: Site Amazônia Latitude, 24/07/2019.

Assim como observado através dos resultados relativos à imagem 1, aqui também pode ser observada a predominância de uma reação, conforme mostra o gráfico. Mais da metade dos participantes expressaram tristeza (reação 7) com o conteúdo da imagem, seguido da expressão de raiva (reação 6), ambas associadas à reprovação diante de uma situação constatada. Imagina-se que tais emoções estão relacionadas à preocupação com a poluição

ambiental, tendo em vista que o primeiro plano da fotografia evidencia esse aspecto, mas outros sentidos certamente impactam a percepção dos participantes quando em contato com a imagem que podem estar associadas, por exemplo, ao comportamento do indivíduo, do Estado e outros atores sociais que incidem na realidade registrada. Por isso, acredita-se que a imagem escolhida poderia ser articulada no âmbito de diversos ODS, a saber: ODS 3. Saúde e bem-estar; ODS 6. Água potável e saneamento; ODS 10. Redução de desigualdades; ODS 11. Cidades e comunidades sustentáveis.

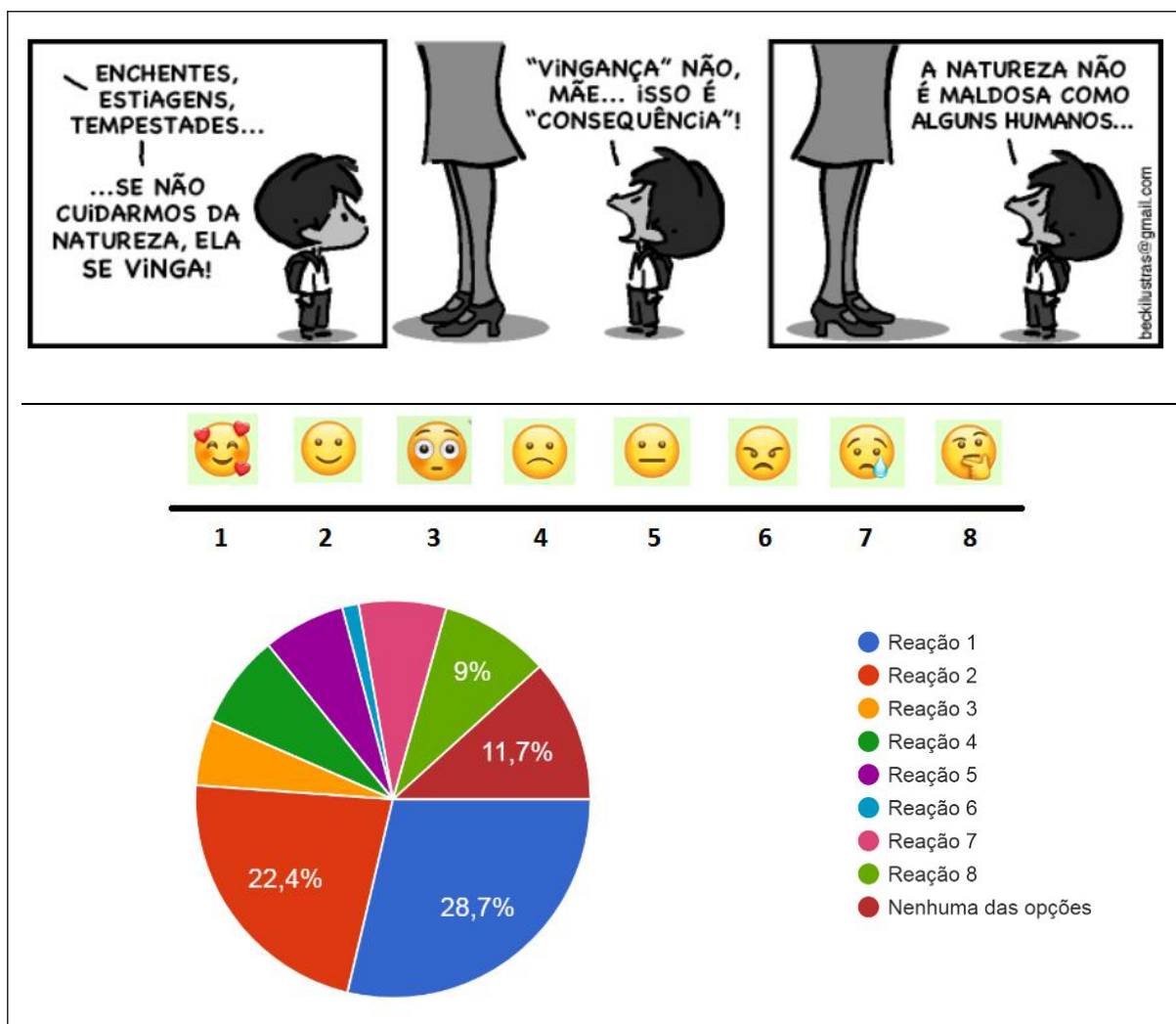
Ao apresentar esse tipo de fotografia, espera-se ser possível uma sensibilização a partir de uma situação que se distancia do cotidiano dos participantes, considerando que as moradias ribeirinhas não correspondem à paisagem urbana vivenciada na região onde se encontram. No entanto, a aproximação possível é em virtude da ideia de habitar, onde o indivíduo pode refletir sobre suas próprias condições de moradia e de vida, contrapondo-se à realidade que a imagem traduz.

Entende-se que fotografias associadas ao fotojornalismo e à fotografia social podem ser muito relevantes para articular competência midiática e sustentabilidade por permitir um contato que extrapola o contexto do indivíduo e possibilita sua aproximação à outras dimensões da sustentabilidade (social, cultural, territorial, econômica, política, ecológica) onde encontram-se subjacentes questões de infraestrutura, disponibilidade de acesso à recursos, serviços, produtos além de questões de saúde, educação, etc. Pensar a cultura da sustentabilidade pressupõe reconhecer e compreender essas dimensões assim como a diversidade de modos de existir, de habitar e de se relacionar com o território.

A terceira imagem escolhida representa uma charge do personagem Armandinho, do ilustrador e cartunista brasileiro Alexandre Beck, onde se discute as consequências ambientais e as ideias que permeiam a percepção das pessoas sobre isso (Gráfico 20).

O personagem reflete que as consequências ambientais que marcam nosso tempo são, antes de tudo, reflexo da forma como nos relacionamos com o planeta. A charge apresenta uma estrutura narrativa diversa às imagens anteriormente articuladas, já que se constitui por imagem e texto (e sátira), onde o indivíduo pode participar do diálogo refletindo com a fala do personagem e ao mesmo tempo a partir dela. A tirinha propõe uma reflexão que inicialmente relaciona as manifestações da natureza (enchentes, estiagens, tempestades) ao comportamento humano (vingança), transitando para a constatação de que tal premissa não se sustenta (ideia de consequência e não de intencionalidade).

Gráfico 20. Reação expressa sobre a Imagem 3



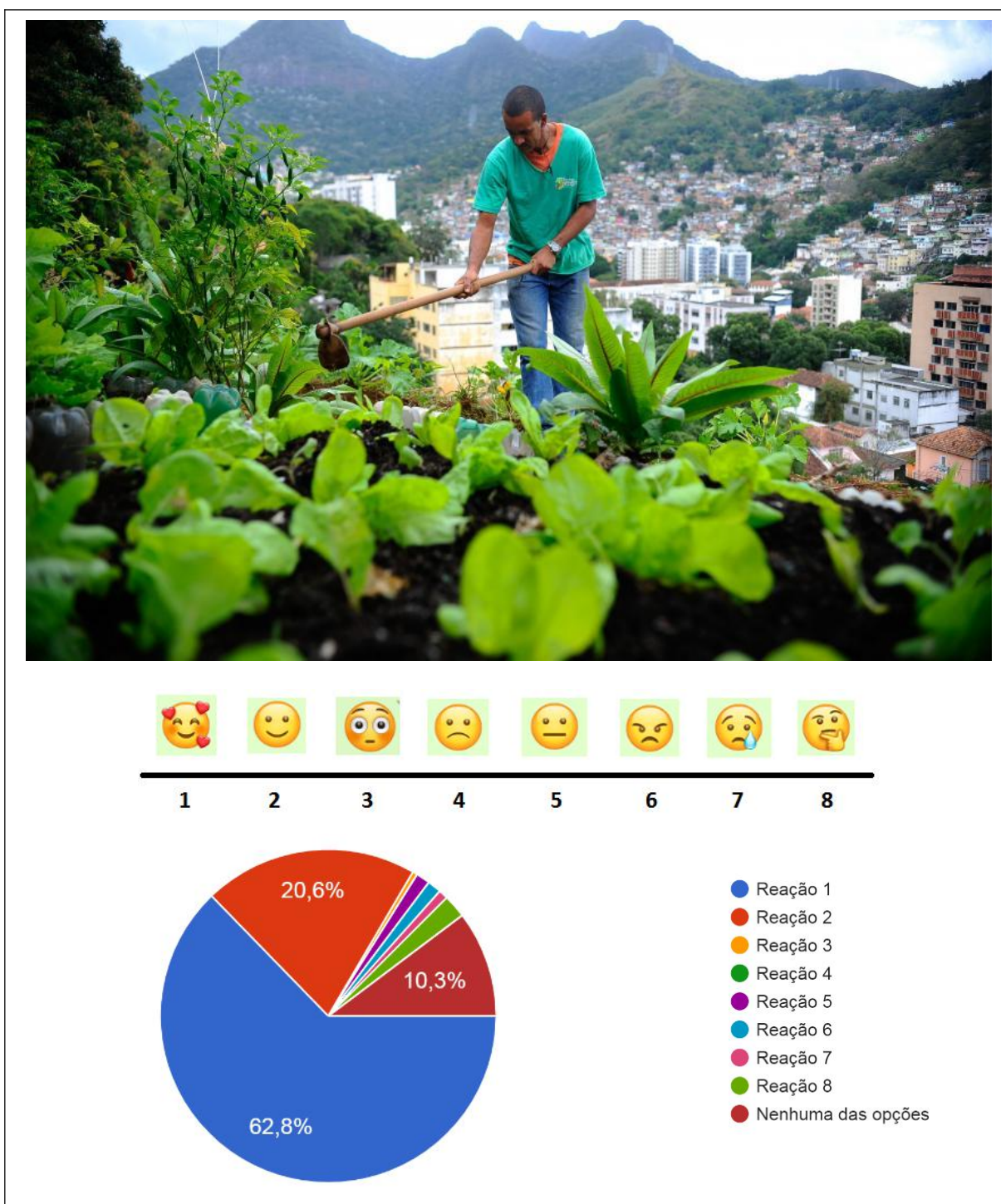
Fonte: elaborado pela autora (2021); Imagem: Alexandre Beck, 20?.

Os participantes expressaram reações diversificadas através da imagem 3, com predominância semelhante das reações 1 e 2 que estão associadas à expressões de afetividade e aprovação, o que pode significar que os participantes concordam com o desfecho da tirinha. Observa-se que dentre as 4 imagens apresentadas, a tirinha foi a que mais participantes afirmam que nenhuma das opções representa uma reação adequada à imagem.

Entende-se que existem valores, ideologias e posicionamentos impressos na ideia articulada na charge, afetando a interação simbólica entre o conteúdo e o indivíduo, já que suas camadas de sentidos são mais explícitas em função da existência de linguagem verbal (diálogo) em sua composição. Acredita-se que a charge pode ser muito útil na articulação entre competência midiática e sustentabilidade ao permitir o encontro/desencontro de ideias que circulam, ampliando as possibilidades de significado.

A quarta imagem escolhida representa uma fotografia de fotojornalismo que retrata uma iniciativa popular que tem ganhado espaço em grandes cidades, as hortas comunitárias (Gráfico 21). A fotografia tem como fundo os morros cariocas, onde se descortinam as favelas da cidade, e no primeiro plano o morador do Morro da Formiga (RJ) que cuida da horta local.

Gráfico 21. Reação expressa sobre a Imagem 4



Fonte: elaborado pela autora (2021); Imagem: Site Agência Brasil, 16/10/2014.

Embora as imagens 2 e 4 representem fotografias de fotojornalismo, esta última não retrata apenas um local ou ambiente, mas também um personagem em primeiro plano que marca o contraste da urbanização com uma outra perspectiva de ocupar e habitar o território. A imagem pode mobilizar diversas percepções associadas ao desenvolvimento sustentável e poderia ser articulada a partir de vários ODS, como: ODS 2. Fome e agricultura sustentável; ODS 3. Saúde e bem-estar; ODS 10. Redução de desigualdades; ODS 11. Cidades e comunidades sustentáveis.

As reações expressas através da imagem 4 apontam a predominância de duas opções sendo que, dentre todas as imagens apresentadas, esta foi a que obteve a maior incidência de respostas em uma reação (reação 1 – 62,8%). Ao somar com a segunda maior incidência (reação 2 – 20,6%), o gráfico revela que mais de 80% dos participantes relacionaram a imagem 4 com emoções de afetividade e aprovação.

Ao apresentar esse tipo de fotografia, espera-se sensibilizar o indivíduo sobre o potencial da ação humana para a transformação dos espaços e dos contextos e também quebrar paradigmas ou estereótipos associados à vida em comunidade, especialmente as favelas. Acredita-se que o conteúdo da imagem está associado à uma poética que remete às relações que construímos com as pessoas e com o ambiente que nos cerca, a partir de uma perspectiva de cuidado, de senso de coletividade e que conta uma história que é um convite à ação e à mudança.

Acredita-se que o uso de fotografias associadas ao fotojornalismo, à fotografia social e documental, também podem contribuir para instigar a imaginação dos indivíduos sobre outros mundos e relações possíveis, como defende Leff sobre a necessidade de um novo tipo de racionalidade capaz de reorganizar a sociedade e projetar um mundo melhor, uma racionalidade baseada na “reapropriação da natureza e da reinvenção do mundo; não só de “um mundo no qual caibam muitos mundos”, mas de um mundo conformado por uma diversidade de mundos (LEFF, 2011, p. 31).

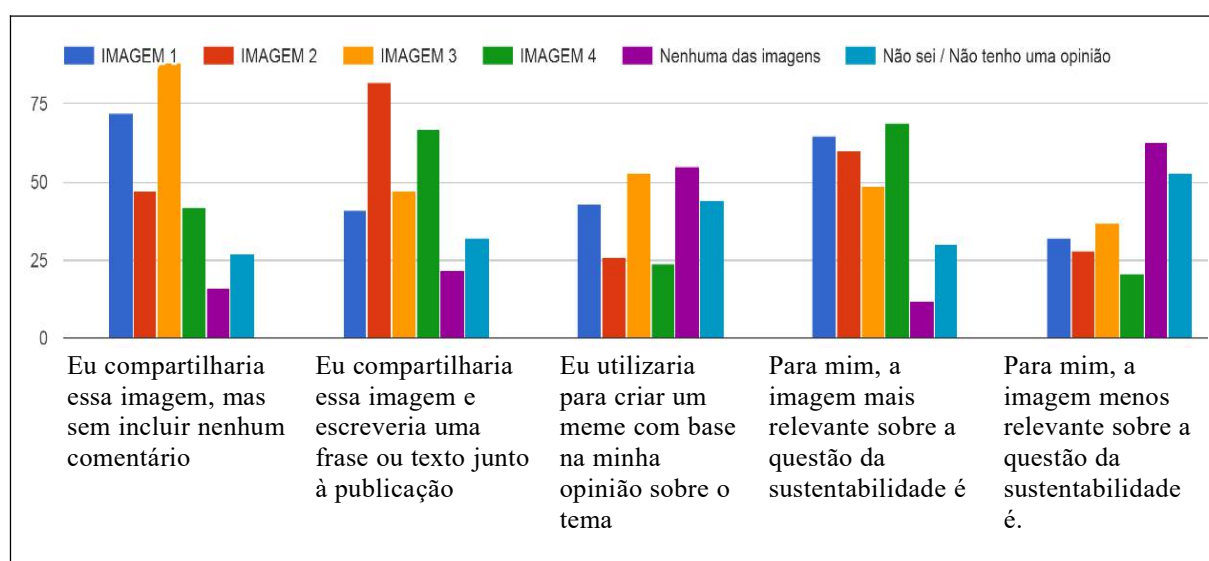
Caminhando para o encerramento do questionário, a questão 5 relaciona indicadores no âmbito da expressão, referente às dimensões de competência midiática articuladas nesta seção: Linguagem (Capacidade de escolher entre diferentes sistemas de representação e estilos em razão da situação comunicativa, do tipo de conteúdo a ser transmitido e do tipo de interlocutor); Tecnologia (Capacidade de adaptar as ferramentas tecnológicas aos objetivos comunicativos almejados); Processos de interação (Atitude ativa na interação com as telas, entendida como oportunidade para construir uma cidadania mais plena, um desenvolvimento

integral, para transformar o indivíduo e o seu entorno); Processos de produção e difusão (Capacidade de compartilhar e disseminar informação através dos meios tradicionais e das redes sociais, incrementando a visibilidade das mensagens, em interação com comunidades cada vez mais amplas); Ideologia e Valores (Capacidade de elaborar produtos e modificar os existentes para questionar valores ou estereótipos presentes em determinadas produções midiáticas); Estética (Capacidade de produzir mensagens elementares que sejam compreensíveis e que contribuam para incrementar os níveis pessoais ou coletivos de criatividade, originalidade e sensibilidade).

A partir das proposições citadas buscou-se investigar o comportamento dos participantes (âmbito da expressão) em relação às quatro imagens que foram apresentadas nesta seção. Foi solicitado que o participante escolhesse uma ou mais imagens que refletisse as situações expressas no Gráfico 22.

Através desta questão pretende-se que o indivíduo possa revisitar as imagens e ampliar os sentidos atribuídos a elas. Para além da perspectiva emocional, fruto do contato entre indivíduo e imagem, o objetivo é acionar a percepção crítica sobre os comportamentos dos participantes e seu papel de mídia, onde os conteúdos ganham novos contornos ao serem compartilhados no ambiente digital. O ato de compartilhar, associado a algum comentário ou incrementado a partir de um “meme”, representa a possibilidade de incorporar outras camadas de sentidos aos conteúdos.

Gráfico 22. Comportamentos em relação ao uso das imagens



Fonte: elaborado pela autora (2021).

Os resultados expostos no gráfico indicam que a maior parte dos participantes considera que todas as imagens são relevantes para a discussão sobre sustentabilidade. Nota-se que as duas imagens com maior incidência de respostas para a proposição “compartilhamento sem a inclusão de comentário” são a charge (39,4%) e o infográfico (32,2%), situação que se repete na proposição “criar um meme com base na minha opinião”. Enquanto isso, as fotografias (imagens 2 e 4) foram as mais escolhidas para a proposição “compartilhamento com a inclusão de comentário”. Nota-se que, embora a imagem 4 tenha repercutido a maior porcentagem de reações afetivas e de aprovação (reações 1 e 2 com 83,4%), a imagem 2, associada predominantemente à reações de reprovação (reações 7 e 6 com 67,7%), se destacou como a imagem que mais seria compartilhada nessa proposição (36,7% x 30%).

Entende-se que o ambiente digital é espaço de signos e sentidos, de interação, produção e compartilhamento, de construção e desconstrução de narrativas, ideologias, modos de expressão e de compreensão da realidade (LÉVY, 1999) e que articular competência midiática e sustentabilidade a partir de indicadores no âmbito da expressão considera o potencial criativo dos indivíduos que podem colocar em circulação temas pertinentes aos ODS, envolvendo-se pessoalmente com diferentes objetivos para seu aprendizado ao longo da vida e para o exercício da sua cidadania em prol da sustentabilidade.

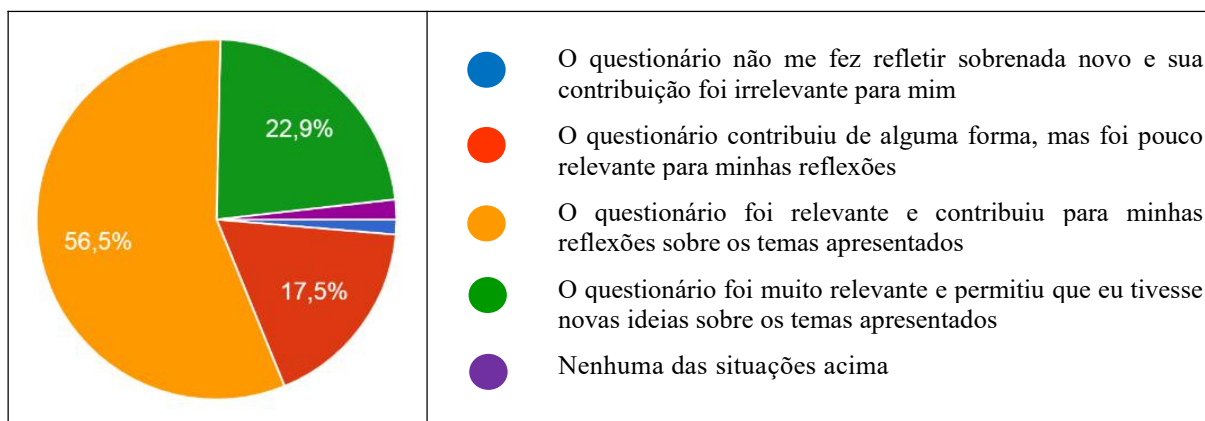
5.4.6 A sensibilização como estratégia

A última seção do questionário teve o objetivo de avaliar a percepção geral dos participantes em relação à abordagem e articulação dos temas sustentabilidade, organizações, informação e comunicação, a fim de verificar o grau de sensibilização da pesquisa (Gráfico 23) e permitir a reflexão do participante em relação aos conteúdos apresentados e as indagações propostas, provocando-o a posicionar-se frente suas percepções, sensações e interpretações.

Os dados referentes à esta questão apontam que quase 80% dos participantes consideraram a pesquisa relevante, o que permite inferir que a abordagem da proposta possui um potencial de sensibilização importante que pode ser utilizado para estruturar ações educativas mais complexas no contexto da educação corporativa e da comunicação interna. Para explorar melhor a percepção dos participantes, foi incluído um campo para comentários, críticas, sugestões ou reflexões. O campo de resposta foi sinalizado como optativo e 28 pessoas registraram suas impressões, sendo que algumas delas são

apresentadas no quadro 11, com o objetivo de dar luz à algumas ideias trazidas pelos participantes.

Gráfico 23. Percepção dos participantes sobre a pesquisa



Fonte: elaborado pela autora (2021).

Quadro 11. Comentários dos participantes sobre o questionário

- P1: Parabéns pela iniciativa, muito importante pararmos para refletir sobre um tema tão importante no momento em que vivemos.
- P2: O indivíduo e suas ações impactam mais do que ações de grupos ou empresas
- P3: Ótima pesquisa, temas extremamente relevantes e que ocasionam reflexão
- P4: Precisamos como cidadãos de atitudes concretas, educação e seriedade sobre o tema.
- P5: Pesquisa sucinta e bem abordada
- P6: Precisamos parar em meio a nossa correria e pensar mais em temas tão importantes como esses.
- P7: Culturalmente nos acostumamos com atitudes não sustentáveis [...] talvez pequenas reflexões como esta possam contribuir para mudar essa cultura!
- P8: Nós podemos mudar a atual situação do nosso planeta. Precisamos refletir mais, precisamos de mais informação, precisamos utilizar bem os meios de comunicação.
- P9: O senso de dever com a natureza tem que partir de cada pessoa e nas empresas, todo devem estar preocupados com o planeta e saber que os recursos são limitados
- P10: Chato e longo¹³
- P11: Acredito que a mudança de hábitos que visam a sustentabilidade, deve ser reiteradamente cobrada dentro do espaço profissional, não apenas como uma questão de marketing externo, mas sim, como uma responsabilidade social e moral de cada colaborador.
- P12: Não só as empresas, mas as pessoas culturalmente precisam aprender a economizar e planejar de modo geral [...] deveriam pensar mais no amanhã, e especialmente, na nossa geração futura...
- P13: Muito importante esse estudo.
- P14: Continuem com a pesquisa. É de grande valia para a sociedade
- P 15: Falta falarmos mais deste tema tão importante é tão confuso para uma definição

Fonte: elaborado pela autora (2021) a partir dos comentários dos participantes.

¹³ Esse foi o único comentário recebido que apresenta uma opinião de reprovação em relação ao questionário. Todas as outras 27 opiniões refletem opiniões de aprovação.

Através dos comentários feitos, observa-se que a sensibilização repercutiu nas falas dos participantes, não de forma unânime, considerando ainda que 20% dos participantes relataram que o questionário foi pouco relevante para as reflexões, o que pode ser útil para se pensar em outras aproximações e conteúdos sobre os temas tratados.

As opiniões registradas estão relacionadas, principalmente, às seguintes perspectivas: importância de se discutir sobre sustentabilidade; importância dos cidadãos e das organizações em promover mudanças que são fundamentais para o tipo de sociedade que precisamos construir; a necessidade de mudança de comportamento e de cultura; a importância que os momentos de reflexão representam e a relevância da pesquisa nesse processo. Além disso, pôde-se observar o interesse dos participantes em conhecer os resultados da pesquisa. O último campo, também de preenchimento opcional, foi aberto para que o participante deixasse seu endereço de e-mail caso quisesse receber os resultados do estudo sendo que 89 participantes registraram esse interesse (40%).

Considerando o caráter exploratório da pesquisa, buscou-se através do percurso das seções do questionário que o participante pudesse interagir com os conteúdos e com as ideias apresentadas e que o registro de suas interpretações possibilitasse inferências sobre sua percepção e sobre a validade do questionário enquanto proposta educativa. O registro das opiniões dos participantes (anexo A) foram muito relevantes para compreender o impacto da pesquisa e a importância de articular ações educativas no contexto organizacional. A partir desse olhar, reconhece-se o papel educativo da comunicação para gerar conhecimentos, entendimentos e reflexões para a mudança e a articulação de competências em informação e midiática mostrou-se como uma estratégia relevante para desenvolver o tema da sustentabilidade junto ao público interno.

Para promover os ODS, nas organizações e na sociedade de modo mais amplo, é preciso reconhecer a importância do diálogo com os diversos públicos despertando ideias e reflexões a partir de uma comunicação sensibilizadora que busque promover compromissos e construir contextos para a mudança cultural. Esse pensamento é fundamental aos ODS e a articulação da proposta educativa sinaliza possibilidades para que os objetivos sejam melhor compreendidos, especialmente no que se refere ao contexto das organizações e suas dinâmicas.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O ambiente digital amplia as possibilidades de comunicação e de aprendizagem onde a necessidade de novas competências suscita debates diversos. Aproximar essa ideia à cultura de sustentabilidade – e como isso pode ser direcionado para o contexto das organizações e da formação do público interno – oferece a oportunidade de pensar estratégias para inserção dos ODS nas empresas ao passo que também permite mobilizar ações no contexto da comunicação interna, da educação corporativa e das práticas de T&D.

Considerando o caráter exploratório deste estudo de caso, que visa descobertas preliminares, o teste de proposições e a generalização analítica, os resultados da pesquisa apontam dois entendimentos principais: 1) A sustentabilidade possui valor periférico para a organização estudada onde se reconhece seu valor discursivo, mas suas ações ainda não estão vinculadas à um planejamento estratégico com foco no tema. A organização entende a influência do público interno na cultura organizacional e sua importância para que novas práticas sejam adotadas, principalmente quando se considera um contexto de transição para a sustentabilidade; 2) Na perspectiva do público interno os resultados indicam que a percepção de sustentabilidade se aproxima à categoria valor central da vida, sugerindo que a importância do tema é reconhecida pelos participantes. A articulação teórico-metodológica entre competências em informação e midiática para sustentabilidade possui amplas possibilidades de desenvolvimento sendo que os participantes indicaram reconhecer o potencial de sensibilização da proposta e que esse tipo de discussão no ambiente de trabalho representa uma oportunidade de desenvolvimento pessoal.

Acredita-se que a abordagem adotada nessa pesquisa pode favorecer reflexões sobre processos de comunicação e aprendizagem e sobre como articular competências diversas para que as organizações possam transitar para uma cultura de sustentabilidade a partir do envolvimento com seu público interno. Do ponto de vista dos ODS e dos esforços demandados para atingir as metas da Agenda 2030 é importante considerar que as organizações podem ofertar grandes contribuições à sociedade a partir de ações educacionais e de desenvolvimento de pessoas, com objetivo de fomentar novas formas de pensar e de agir que extrapolem o ambiente organizacional para refletir na experiência diária do indivíduo em seus outros contextos de vida.

A ideia de que a sociedade solicita que as organizações assumam novos papéis tem relação com o aumento de empresas que buscam inserir os ODS nas suas estratégias de negócio. No entanto, é preciso ter clareza sobre o que os objetivos significam assim como

suas implicações para que a organização possa implementá-los de modo sistêmico e não apenas adotá-los em seus discursos.

Para que isso ocorra é preciso reconhecer que os processos de comunicação e aprendizagem são essenciais, principalmente quando se considera a importância do público interno para o desempenho organizacional e para a condução de processos de mudança, sejam eles culturais, de gestão e/ou mercadológicos. Esse movimento pode reposicionar as organizações e gerar novos pensamentos e comportamentos que são vistos como urgentes e necessários frente os desafios ambientais, sociais, tecnológicos e outros que coexistem no Antropoceno, mas também diante da exigência dos públicos que interagem com as organizações e delas demandam posicionamentos mais sustentáveis e responsáveis.

Os processos de comunicação e aprendizagem, especialmente no que se refere às competências em informação e midiática, podem contribuir para a construção de culturas de sustentabilidade na medida que possibilitam um caminho de reflexão e oportunizam o conhecimento, permitindo a adoção de diferentes níveis de complexidade que podem ser articulados com distintos propósitos, equipes e estratégias de negócio.

A discussão dos resultados do questionário é feita a partir dessa perspectiva, cujas reflexões foram impulsionadas pelo objetivo de compreender não apenas o que os dados sugerem, mas as interlocuções possíveis através da metodologia aplicada. Ao desenvolver um instrumento de coleta de dados como forma de sensibilização considera-se o papel educativo da comunicação organizacional e seu potencial para despertar uma consciência reflexiva capaz de gerar novas práticas. O caráter exploratório e empírico da pesquisa se traduz na ação desenvolvida possibilitando que os participantes interajam com a proposta e possam ser impactados por ela. Acredita-se que esse direcionamento pode aproximar organizações e pesquisas acadêmicas através de investigações destinadas tanto à observação de fenômenos como à intervenção no contexto organizacional.

Alguns olhares podem ser apontados sobre o que pode ser melhorado em relação ao percurso metodológico adotado. No que se refere ao entendimento da organização sobre sustentabilidade acredita-se que ter uma percepção mais consistente implica a realização de mais entrevistas com pessoas que ocupam posições de liderança em outros departamentos, além da direção geral da empresa. Também poderia ser realizada uma pesquisa documental através dos relatórios relativos à avaliação do ISE que a empresa está vinculada para obter informações mais detalhadas sobre suas ações e os resultados que alcança através delas.

Outro ponto é que utilizar o questionário como um diagnóstico da percepção do público interno exige que seu preenchimento seja ampliado para ter validade estatística. Nesse

sentido, sua divulgação poderia ser feita entre os líderes e as equipes, comunicando de forma mais esclarecedora quanto à importância da participação, informando os objetivos que a empresa possui com a ação, ampliando o período de coleta de dados, entre outras alternativas, para favorecer um maior envolvimento do público interno.

A articulação proposta nessa pesquisa oferece possibilidades para que outras abordagens sejam conduzidas e/ou aprofundadas. Os padrões de competência em informação podem ser trabalhados em uma perspectiva prática e a partir de exemplos da própria organização para gerar maior identificação e reflexão. A competência midiática pode ser articulada a partir de outros indicadores e as possibilidades que ela apresenta são igualmente amplas. Pode-se pensar na utilização de outros recursos (podcasts, músicas, documentários, peças publicitárias em diferentes formatos) e desenvolver atividades práticas através de outros formatos de pesquisa. Já as competências-chave para a sustentabilidade podem compor um conjunto de ações específicas articuladas com os diferentes ODS para construir uma ação educativa mais estruturada e de longo prazo considerando, por exemplo, um processo de internalização desses conceitos na cultura organizacional.

Em relação à proposta educativa, acredita-se que a metodologia adotada pode contribuir para pensar formas de explorar as competências discutidas e outras, para além da elaboração do questionário. Um exemplo é a realização de workshops que permitam a interação e o diálogo entre os participantes tendo em vista que esse processo amplia e fortalece a aprendizagem e a reflexão. Isso pode ser utilizado como apoio à estratégia de organizações que almejam a sustentabilidade e a participação do público interno nesse processo pode contribuir para gerar novas ideias, projetos, produtos e negócios. Esse olhar também pode representar uma oportunidade para organizações que querem estender seu impacto através de programas de educação corporativa, de ações voltadas para formação do público interno ou para projetos de intraempreendedorismo, por exemplo.

É importante pontuar que a sustentabilidade é um elemento articulador nesta pesquisa, mas trabalhar competências em informação e midiática no contexto das organizações também representa a oportunidade de alçar voos em outras direções. Pode-se pensar em outros temas possíveis como o fortalecimento da cultura organizacional, segurança no trabalho, mudança de comportamento, incorporação de valores, desenvolvimento de carreira, entre outros. A potencialidade de vinculação de temas oferece também outras oportunidades de pesquisa e de aplicação nas organizações, contribuindo para fortalecer o pensamento crítico e o aprendizado ao longo da vida, o que é fundamental para que os ODS sejam alcançados.

A motivação pelo tema da sustentabilidade é inspirada pelas ideias da alfabetização ecológica e da racionalidade ambiental enquanto concepções que precisam ser apropriadas pelos sujeitos e que podem ser articuladas através de uma comunicação educativa. A circulação de sentidos relacionados à interdependência, resiliência, solidariedade pode orientar outras formas de valorização da natureza, da diversidade cultural, social e ambiental e é essencial considerar a influência do ambiente digital nos processos de comunicação e aprendizagem que amplificam a experiência dos sujeitos com os conteúdos informacionais e midiáticos e também as possibilidades de reimaginar o mundo, as relações e a vida em sociedade.

Esse horizonte reforça a interlocução proposta neste trabalho que considera a centralidade da comunicação e da informação no mundo atual um processo que flui cada vez mais intensamente pelos poros da sociedade, diluindo e adensando sua penetrabilidade nos espaços, nos convívios e nas interações, fazendo dos ambientes digitais territórios impalpáveis de trocas simbólicas que amalgamam linguagens, expressões, sentidos, culturas, pertencimentos e ausências. A mediação da realidade e o que sabemos dela é fortemente atravessada por esses complexos desdobramentos que sedimentam outras possibilidades de aprender e dialogar, de criar significados, compartilhar visões de mundo e pensar criticamente.

Parece fundamental olhar para a cultura de sustentabilidade através desta lente e considerar a potencialidade educativa da comunicação midiática e da informação nos processos de transformação social. O questionário elaborado neste trabalho sinaliza essa intenção, que não é apenas de coletar dados ou explicar sobre as dimensões da sustentabilidade, mas de provocar as pessoas à refletirem sobre o tema a partir de conteúdos que circulem no nosso habitat simbólico e midiático.

No contexto das organizações, a formação do público interno para o desenvolvimento de culturas de sustentabilidade precisa ser reconhecida como um processo contínuo, o que muitas vezes não é possível através da educação corporativa ou das práticas de T&D que visam atender objetivos normalmente associados ao desempenho profissional e à gestão por competências. No entanto, a comunicação interna pode desempenhar esse papel educativo na medida que é capaz de mobilizar o diálogo com os empregados nas experiências cotidianas da organização construindo coletivamente significados. É preciso lembrar que a sensibilização deve ser uma prática permanente que precisa se materializar em ações para, desse modo, reforçar o compromisso, a responsabilidade e o protagonismo das pessoas e das organizações para a mudança social e os processos de comunicação e aprendizagem são essenciais para gerar ideias e nutrir comportamentos nessa direção.

REFERÊNCIAS

ABNT. ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. **NBR ISO 14001:2004**. Disponível em: <http://www.madeira.ufpr.br/disciplinasghislaine/iso-14001-2004.pdf/> Acesso em: 20 dez. 2020.

AGÊNCIA BRASIL. **FAO advocates family farms and highlights Brazil's efforts**. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/en/geral/noticia/2014-10/fao-advocates-family-farms-and-highlights-brazils-efforts> Acesso em 13 jun. 2020.

AGÊNCIA O GLOBO. Encontro '2030: dez anos para mudar o futuro' aponta urgência de metas sustentáveis. **Época Negócios**. Publicado em 30 nov. 2020. Disponível em: <https://epocanegocios.globo.com/Sustentabilidade/noticia/2020/11/encontro-2030-dez-anos-para-mudar-o-futuro-aponta-urgencia-de-metas-sustentaveis.html/> Acesso em: 20 dez. 2020.

ALAGARAN II, J. R. Q. Integrating media and information literacy (MIL) for sustainable development in communication education curriculum. In: SINGH, J. et al. (Orgs.). **MILID Yearbook 2015 (Media and Information Literacy and Intercultural Dialogue) Media and information literacy for the sustainable development goals**. Gothenburg: Nordicom, The International Clearinghouse on Children, Youth and Media, 2015, p. 31-37.

AMAZÔNIA LATITUDE. **A destruição dos igarapés pesa 30 toneladas por dia**. Publicado em 24 jul. 2019. Disponível em: <https://amazonialatitude.com/2019/07/24/a-destruicao-dos-igarapes-pesa-trinta-toneladas-por-dia/> Acesso em 13 jun. 2020.

ANDRELO, R. Mídia-educação nas organizações: proposta de formação do público interno para habilidades comunicacionais. In: SANTOS, C. M. R. G. (Org). **Opinião pública: empowerment e interfaces**. Bauru: Universidade Estadual Paulista, Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, 2012, p. 99-111.

_____. **As relações públicas e a educação corporativa: uma interface possível**. São Paulo: Editora Unesp Digital, 2016.

ARTAXO, P. Uma nova era geológica em nosso planeta: o Antropoceno? **Revista USP**, v. 1, n. 103, p. 13-24, 2014.

B3. **BOLSA, BRASIL, BALCÃO**. Disponível em <http://iseb3.com.br/o-que-e-o-ise/> Acesso em: 02 abr. 2021.

BALDISSERA, R. A comunicação no (re) tecer da cultura organizacional. **Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación**, v. 10, p. 52-62, 2009a.

_____. A comunicação (re) tecendo a cultura da sustentabilidade em sociedades complexas. In: KUNSCH, M. M. K.; OLIVEIRA, M. DE L. (Orgs). **A comunicação na gestão da sustentabilidade das organizações**. São Caetano do Sul, SP: Difusão Editora, 2009b, p.33-55.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2011.

BECK, A. **Quadrinhos e tirinhas**. Disponível em: <https://tirasarmandinho.tumblr.com/> Acesso em 07 jun. 2020.

BELLUZZO, R. C. B. Competência em informação (CoInfo) e midiática: inter-relação com a Agenda 2030 e os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) sob a ótica da educação contemporânea. **Folha de Rostto: Revista de Biblioteconomia e Ciência da Informação**, v. 4, n. 1, p.15-24, 2018.

BERBEL, C. C. F.; ANDRELO, R. Competência em informação para a sustentabilidade: análise em uma organização de *call center* de serviços financeiros. **Revista Brasileira de Biblioteconomia e Documentação (RBBB)**, São Paulo, v. 16, p. 1-29, 2020. Disponível em: <http://rbbd.febab.org.br/rbbd/article/view/1389/> Acesso em: 10 ago. 2020.

BÉVORT, E.; BELLONI, M. L. Mídia-educação: Conceitos, história e perspectivas. **Revista Educação e Sociedade**. Campinas, vol. 30, n. 109, p. 1081-1102, 2009. Disponível em: <<https://www.scielo.br/pdf/es/v30n109/v30n109a08.pdf>> Acesso em: 21 jul. 2020.

BOFF, L. **Sustentabilidade: o que é o que não é**. Petrópolis: Vozes,

BONFIGLIOLI, C. P. Sustentabilidade: uma palavra, várias significações. In: Di FELICE, M.; TORRES, J. C.; YANAZE, L. H. **Redes digitais e sustentabilidade: as interações com o meio ambiente na era da informação**. Annablume, São Paulo, 2012, p. 95-128.

BONZI, R. S. Meio século de Primavera silenciosa: um livro que mudou o mundo. **Revista Desenvolvimento e Meio Ambiente**, n. 28, p. 207-215, 2013.

BRAGA, J. L. Aprendizagem versus educação na sociedade mediatizada. In: **Anais do 10º Encontro Nacional da Compós**. Brasília: UnB/Compós, v. 1. p. 1-18, 2001.

BUCKINGHAM, D. Precisamos realmente de educação para os meios? **Comunicação & Educação**, v. 17, p. 41-60, 2012.

BUENO, W. C. Jornalismo ambiental e transparência corporativa: o marketing verde como estratégia de mistificação. **Revista Ação Midiática**, UFPR, v. 1, n. 2, 2011.

_____. Comunicação e sustentabilidade: aproximações e rupturas. **Revista Razón e Palabra**, v. 17, n. 79, 2012.

CABRAL, R., GONÇALVES, G., SALHANI, J. Violência organizacional: reflexões a partir da perspectiva dos estudos para a paz. **Revista Organicom**, ano 15, n. 28, p. 247-264, 2018.

CAETANO, R. #NãoVolte: “Precisamos impedir a próxima crise”, diz coordenador da ONU no Brasil. **Exame**. Publicado em 18 dez. 2020. Disponível em: <https://exame.com/invest/esg/naovolte-precisamos-impedir-a-proxima-crise-diz-coordenador-da-onu-no-brasil/> Acesso em: 20 dez. 2020.

CAPRA, F. **A teia da vida: Uma nova compreensão científica dos sistemas vivos**. São Paulo: Editora Cultrix, 1996.

CASTELLS, M. **Sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

_____. **O poder da comunicação**. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2013.

CEBDS. Conselho Empresarial Mundial para o Desenvolvimento Sustentável. **Guia dos ODS para as empresas**. Disponível em: <https://cebds.org/wp-content/uploads/2015/11/Guia-dos-ODS.pdf> Acesso em 01 dez. 2020.

CHADE, J. ONU explica corte de Bolsonaro em cúpula: era só para planos ambiciosos. **UOL**. Publicado em 11/12/2020. Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/colunas/jamil-chade/2020/12/11/onu-explica-corte-de-bolsonaro-em-cupula-era-so-para-planos-ambiciosos.htm/> Acesso em: 11 dez. 2020.

CITELLI, A. Comunicação e educação: implicações contemporâneas. **Comunicação & Educação**, n. 2, p. 13-27, 2010a.

_____. Comunicação e educação: convergências educacionais. **Comunicação, Mídia e Consumo**, v. 1, p. 67-85, 2010b.

CONGRESSO EM FOCO. Vinte e um fatos que comprovam o desmonte da política ambiental. **UOL**. Publicado em 20/08/2019. Disponível em: congressoemfoco.uol.com.br/meio-ambiente/vinte-e-um-fatos-que-comprovam-o-desmonte-da-politica-ambiental/ Acesso em: 11 dez. 2020.

COUTINHO, C. P. **Metodologia de investigação em ciências sociais e humanas: teoria e prática**. Coimbra: Edições Almedina, 2014.

DUARTE GOMES, A. Cultura organizacional: estratégias de integração e de diferenciação. **Psychologica**, n. 6, p. 33-51, 1991. Disponível em: <http://www2.fcsh.unl.pt/docentes/luisrodrigues/cultorg.pdf> Acesso em: 10 set. 2018.

DUARTE, J. Entrevista em profundidade. In: DUARTE, J.; BARROS, A. (Orgs.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Editora Atlas, 2005.

DUDZIAK, E. A. *Information literacy*: princípios, filosofia e prática. **Ci. Inf.**, Brasília, v. 32, n. 1, p. 23-35, 2003.

_____. Os faróis da sociedade de informação: uma análise crítica sobre a situação da competência em informação no Brasil. **Inf. & Soc.**, João Pessoa, v. 18, n. 2, p. 41-53, 2008.

EBOLI, M. P. Educação corporativa no Brasil: da prática à teoria. In: **XXVIII Encontro ANPAD**, Curitiba, 2004.

EBOLI, M. P.; MANCINI, S. Sustentabilidade, educação corporativa e competências: desafio das empresas para a perpetuidade do negócio. In: SILVEIRA, M. A. (Org.). **Gestão da sustentabilidade organizacional: inovação, aprendizagem e capital humano**. Campinas, SP: CTI (Centro de Tecnologia da Informação “Renato Archer”), 2012.

ECKSCHMIDT, T. Davos propõe capitalismo “stakeholder”, mas pode não ser a solução completa. **O Estadão**. Publicado em 08 fev. 2020. Disponível em:

<https://opinioao.estadao.com.br/noticias/espaco-aberto,davos-propoe-capitalismo-stakeholder-mas-pode-nao-ser-a-solucao-completa,70003189854/> Acesso em: 11 dez. 2020.

ELKINGTON, J. **Cannibals with forks: the triple bottom line of 21st century business.** Oxford: Capstone, 1997.

FARIA, A.; SAUERBRONN, F. F. A responsabilidade social é uma questão de estratégia? Uma abordagem crítica. **Revista de Administração Pública (RAP)**, n. 42, p. 07-33, 2008.

FAUSTO NETO, A. Mídia, prática social – prática de sentido. In: **Anais do 15º Encontro Nacional da Compós.** Bauru: UNESP/Compós, 2006.

FERREIRA, I. Covid-19 teria tido menos impacto no Brasil se a Agenda 2030 tivesse avançado. **Jornal da USP.** Publicado em 05 maio de 2020. Disponível em: <https://jornal.usp.br/atualidades/covid-19-teria-tido-menos-impacto-no-brasil-se-a-agenda-2030-tivesse-avancado/> Acesso em: 20 dez. 2020.

FERREIRA, P.; TRAIANO, H. Os movimentos sociais e o terceiro setor na busca por um mundo sustentável. **Época.** Publicado em 30 nov. 2020. Disponível em: <https://epoca.globo.com/os-movimentos-sociais-o-terceiro-setor-na-busca-por-mundo-sustentavel-24769085/> Acesso em: 21 dez. 2020.

FERRÉS, J.; PISCITELLI, A. Competência midiática: proposta articulada de dimensões e indicadores. **LUMINA**, Juiz de Fora, v. 09, n. 01, p.1-16, 2015.

FLEURY, M. T. L.; FLEURY, A. Construindo o conceito de competência. **RAC - Revista de Administração Contemporânea**, Edição Especial, p.183-196, 2001.

FRANÇA. V. Paradigmas da comunicação: Conhecer o quê? In: **Anais do X Encontro Nacional da Compós.** Brasília. Compós, 2001.

GALTUNG, J. **Violência cultural.** Bizkaia: Gernika Gogoratuz, 2003.

GEHRE, T. Mesa 2: A Agenda 2030 como fator de inovação nas organizações. In: **XIV Congresso ABRAPCORP** (Associação Brasileira de Comunicação Organizacional e Relações Públicas), 2020. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=DKqR4Jcv_J0/ Acesso em: 11 nov. 2020.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**, 4 ed. São Paulo: Atlas, 2002.

GOEBEL, A. Ecologismo de los pobres y marginalidad social: vehículos de complementariedad y puentes dialógicos. **Reflexiones**, v. 89, n. 1, p. 127-142. Universidad de Costa Rica. San José, Costa Rica, 2010.

GOLOBOVANTE, M. C. Sustentabilidade, cultura e comunicação: triplo desafio para as organizações. **Revista FAMECOS.** Porto Alegre, v. 17 n. 2, p. 98 – 107, 2010.

GREENPEACE. **Cronologia da destruição anunciada.** 14/09/2020. Disponível em: <https://www.greenpeace.org/brasil/blog/cronologia-da-destruicao-anunciada/> Acesso em: 11 dez. 2020.

GTAGENDA2030. Grupo de Trabalho da Sociedade Civil para a Agenda 2030 e o Desenvolvimento Sustentável. **IV Relatório luz da sociedade civil da agenda 2030 de desenvolvimento sustentável.** 94p. Publicado 31 jul. 2020. Disponível em: https://brasilnaagenda2030.files.wordpress.com/2020/08/por_rl_2020_web-1.pdf/ Acesso em: 21 dez. 2020.

HERAS-SAIZARBITORIA, I.; URBIETA, L.; BOIRAL, O. Organizations' engagement with sustainable development goals: From cherry-picking to SDG-washing? **Corporate Social Responsibility and Environmental Management**, 2021. Disponível em: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1002/csr.2202> Acesso em: 30 ago. 2021.

IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Disponível em: www.eriesestatisticas.ibge.gov.br/ Acesso em: 11 dez. 2020.

INMETRO. Instituto Nacional de Metrologia, Qualidade e Tecnologia. **ISO 26000 – Diretrizes em Responsabilidade Social.** Disponível em: http://www.inmetro.gov.br/qualidade/responsabilidade_social/iso26000.asp/ Acesso em: 20 dez. 2020.

IRVING, M. de A. Sustentabilidade e o futuro que não queremos: polissemias, controvérsias e a construção de sociedades sustentáveis. **Sinais Sociais**, Rio de Janeiro. v. 9 n. 26, p. 13-38, 2014.

KUNSCH, M. M. K. A comunicação para a sustentabilidade das organizações na sociedade global. In: KUNSCH, M. M. K.; OLIVEIRA, M. DE L. (Orgs). **A comunicação na gestão da sustentabilidade das organizações.** São Caetano do Sul, SP: Difusão Editora, 2009, p.57-81.

LARAIA, R De B. **Cultura: um conceito antropológico.** 14ª ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed, 2001.

LEFF, E. **Saber Ambiental:** Sustentabilidade, racionalidade, complexidade, poder. 8ª ed. Petrópolis, RJ: Editora Vozes, 2011.

LÉVY, P. **Cibercultura.** São Paulo: Ed. 34, 1999.

LIVINGSTONE, S. Internet *Literacy*: a negociação dos jovens com as novas oportunidades *on-line.* **Matrizes**, São Paulo, v. 4, n. 2, p.11-42, 2011.

LOPES, M. I. V. Pesquisa de comunicação: questões epistemológicas, teóricas e metodológicas. **Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**, v. 27, n. 1, 2004.

LÓPEZ, A. Ecomedia literacy for environmental sustainability. In: SINGH, J. et al. (Orgs.). **MILID Yearbook 2015 (Media and Information Literacy and Intercultural Dialogue) Media and information literacy for the sustainable development goals.** Gothenburg: Nordicom, The International Clearinghouse on Children, Youth and Media, 2015, p. 299-306.

MAIA, A. G.; PIRES, P. S. Uma compreensão da sustentabilidade por meio dos níveis de complexidade das decisões organizacionais. **Revista de Administração Mackenzie**, v. 12, n. 3, São Paulo, 2011.

MARCHIORI, M. Os desafios da comunicação interna nas organizações. **Conexão – Comunicação e Cultura**, UCS, Caxias do Sul, v. 9, n. 17, 2010.

MARCONI, M. A.; LAKATOS, E. M. **Fundamentos de metodologia científica**. 5. ed. São Paulo: Editora Atlas, 2003.

MARTÍN-BARBERO, J. Desafios culturais da comunicação à educação. **Comunicação & Educação**, n. 18, p. 51-61, 2000.

MARTINO, L. M. S. Rumo a uma teoria da midiaticização: exercício conceitual e metodológico de sistematização. **Intexto**, Porto Alegre, UFRGS, n. 45, p. 16-34, 2019.

MARTINO, L. M. S.; MENEZES, J. E. O. Media Literacy: competências midiáticas para uma sociedade midiaticizada. **Líbero**, São Paulo, v. 15, n. 29, p.09-18, 2012.

MILID YEARBOOK 2015. Media and Information Literacy and Intercultural Dialogue. **Media and information literacy for the sustainable development goals**. Gothenburg: Nordicom, The International Clearinghouse on Children, Youth and Media, 2015. Disponível em: https://milunesco.unaoc.org/wp-content/uploads/2015/07/milid_yearbook_2015.pdf Acesso em 10 jul. 2019.

MINAYO, M. C. S. Trabalho de campo: contexto de observação, interação e descoberta. In: MINAYO, M. C. S.; DESLANDES, S. F.; GOMES, R. (Orgs.). **Pesquisa social: teoria, método e criatividade**. 28.ed., Petrópolis: Vozes, 2009.

MIRANDA, S. V. Identificando competências informacionais. **Ciência da Informação** [online], v. 33, n. 2, p.112-122, 2004.

MOREIRA, S. V. Análise documental como método e técnica. In: DUARTE, J.; BARROS, A. (Orgs.). **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação**. São Paulo: Editora Atlas, 2005.

MOTA, C. V. Desmonte sob Bolsonaro pode levar desmatamento da Amazônia a ponto irreversível, diz físico que estuda floresta há 35 anos. **BBC Brasil**. Publicado em 01/07/2019. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/brasil-48805675/> Acesso em: 11 dez. 2020.

NASCIMENTO, E. P. Trajetória da sustentabilidade: do ambiental ao social, do social ao econômico. **Estudos Avançados**, v. 26, n. 74, p. 51-64, 2012.

NOS ALDÁS, E. Repensar e reaprender a comunicação para uma cidadania cosmopolita. In: JALAL, Vahideh R.R (Org). **Estudos para a paz**, Aracaju: Editora Criação, 2010, p. 113-128.

OLIVEIRA, D. S.; OLIVEIRA, N. R. C. Competência em informação: mapeamento do uso de fontes de informação por discentes da área da saúde. **Transinformação**, v.31, e170074. 2019.

OLIVEIRA, I. L. Novo sentido da comunicação organizacional: construção de um espaço estratégico. In: **XXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. Belo Horizonte, 2003.

ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS. **Plataforma Agenda 2030**. Disponível em: <http://www.agenda2030.org.br/sobre/> Acesso em: 20 dez. 2020.

ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS. **A Agenda 2030 para o Desenvolvimento Sustentável**. Disponível em: <https://nacoesunidas.org/pos2015/agenda2030/> Acesso em: 20 dez. 2020.

ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS. **17 Objetivos para transformar nosso mundo**. Disponível em: <https://nacoesunidas.org/pos2015/> Acesso em: 20 dez. 2020.

ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS. **O direito humano à água e ao saneamento**. Disponível em: https://www.un.org/waterforlifedecade/pdf/05_2011_human_right_to_water_reader_por.pdf/ Acesso em: 23 dez. 2020.

PACTO GLOBAL REDE BRASIL. **A iniciativa do pacto global**. Disponível em: <https://www.pactoglobal.org.br/a-iniciativa/> Acesso em: 20 dez. 2020.

PERUZZO, C. M. K. Apontamentos para epistemologia e métodos na pesquisa em Comunicação no Brasil. **Comunicação e Sociedade**, v. 33, 2018.

PLANALTO. **Conheça os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável**. Publicado em 06 jun. 2017. Disponível em: <http://www4.planalto.gov.br/ods/assuntos/sobre-os-ods/> Acesso em: 21 dez. 2020.

PLANETA SUSTENTÁVEL. **A água que você não vê**. 2011. Disponível em: <http://planetasustentavel.abril.com.br/download/stand2-painel4-agua-virtual.pdf> Acesso em 20 mar. 2019.

POLAK, F. **The image of the future**. Amsterdam: Elsevier Scientific Publishing Company, 1973.

PORÉM, M. E. Organizações e comunicação: algumas reflexões. In: PORÉM, M. E.; HIDALGO, J.; YAGUACHE, J. (Orgs.) **Inovações em relações públicas e comunicação estratégica**. Aveiro: Ria Editorial, 2020, p. 197-219.

PUTNAM, L. L.; PHILLIPS, N.; CHAPMAN, P. Metáforas da Comunicação e da Organização. In: CLEGG, S. R.; HARDY, C.; NORD, W. R (Orgs.). **Handbook de Estudos Organizacionais: ação e análise organizacionais**. São Paulo: Atlas, 2004. v. 3, p. 77-125.

RELATÓRIO GLOBAL DE RISCOS, 2020. World Economic Forum em parceria com Marsh & McLennan e Zurich Insurance Group. Disponível em: <https://www.zurich.com.br/-/media/project/zwp/brazil/docs/grr/relatorio-global-de-riscos-2020--sumario-executivo.pdf> Acesso em: 20 nov. 2020.

REVISTA PROSA VERSO E ARTE. **Sebastião Salgado e a natureza intocada em “Gênesis”**. Publicado em 2015. Disponível em: <https://www.revistaprosaversoarte.com/sebastiao-salgado-e-a-natureza-intocada-em-genesis/> Acesso em: 05 ago. 2020.

RODRIGUES, J. **O movimento B Corp: significados, potencialidades e desafios**. 2016. Dissertação (Mestrado em Administração) - Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2016.

SACHS, I. **Estratégias de transição para o século XXI: desenvolvimento e meio ambiente**. São Paulo: Studio Nobel: Fundação do desenvolvimento administrativo (FUNDAP), 1993.

SALAS, J. A humanidade não chegará aos 10 bilhões. **El País**. Publicado em 15/07/2020. Disponível em: <https://brasil.elpais.com/ciencia/2020-07-16/a-humanidade-nao-chegara-aos-10-bilhoes.html/> Acesso em: 11 dez. 2020.

SANTAELLA, L. Novos desafios da comunicação. **Lumina**, Juiz de Fora, v. 4, n. 1, p. 1-10, 2001.

_____. Desafios da ubiquidade para a educação. **Revista Ensino Superior Unicamp**, v. 9, p. 19-28, 2013.

_____. A grande aceleração & o campo comunicacional. **Intexto** (UFRGS. Online), v. 34, p. 46-59, 2015.

SANTOS, M. **Por uma outra globalização: do pensamento único à consciência universal**. 6 ed. Rio de Janeiro: Record, 2001.

SCHWAB, K. O capitalismo de *stakeholders* em xeque. **Valor Econômico**. Publicado em 27/04/2020. Disponível em: <https://valor.globo.com/opiniao/coluna/o-capitalismo-de-stakeholders-em-xeque.ghtml/> Acesso em: 18 dez. 2020.

SDSN. United Nations Sustainable Development Solutions Network. **Pandemia e desigualdades sociais são apontadas como grandes desafios para a Agenda 2030**. Publicada em 29 out. 2020. Disponível em: <https://www.sdsnbrasil.org.br/noticias-e-eventos/pandemia-e-desigualdades-sociais-sao-apontadas-como-grandes-desafios-para-a-agenda-2030-durante-conferencia-da-sdsn-brasil/> Acesso em: 20 dez. 2020.

SILVA, A. B. G. C.; BERBEL, C. C. F.; QUINCOSES, C. S. A metáfora da bacia hidrográfica e a comunicação estratégica nas organizações. In: XIII Abrapcorp (Congresso Brasileiro Científico de Comunicação Organizacional e Relações Públicas). São Paulo. **Anais do XIII Abrapcorp: Comunicação, opinião pública e organizações**, 2019.

SIQUEIRA, A. B.; CERIGATTO, M. P. Mídia-educação no ensino médio: por que e como fazer. **Educar em Revista** (Impresso), v. 44, p. 235-254, 2012.

SISTEMA B. (2020). **Sistema B**. Disponível em: www.sistemab.org/ Acesso em: 20 dez. 2020.

SPINK, P. A organização como fenômeno psicossocial: notas para uma redefinição da psicologia do trabalho, **Revista Psicologia & Sociedade**, v. 8, n. 1, p. 174-192, 1996.

SROUR, R. H. **Poder, cultura e ética nas organizações**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012.

UNESCO. ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS PARA A EDUCAÇÃO, A CIÊNCIA E A CULTURA. **Manifesto de Sevilla**. Unidade de Cultura de Paz, 1989.

UNESCO. ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS PARA A EDUCAÇÃO, A CIÊNCIA E A CULTURA. **Marco de avaliação global da alfabetização midiática e informacional (AMI)**: disposição e competências do país. Brasília: UNESCO, Cetic.br, 2016. 138 p.

UNESCO. ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS PARA A EDUCAÇÃO, A CIÊNCIA E A CULTURA. **Educação para os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável**: objetivos de aprendizagem. Paris: UNESCO, 2017.

VEIGA, J. E. da. A primeira utopia do antropoceno. **Revista Ambiente & Sociedade**, v. XX, n. 2, p. 233-252, 2017.

VIOLA, E; BASSO, L. O sistema internacional no Antropoceno. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, v. 31, n. 92, p. 1-18, 2016.

WILSON, C. et al. **Alfabetização midiática e informacional**: currículo para formação de professores. Brasília: UNESCO, UFTM, 2013.

YIN, R. **Estudo de caso**: planejamento e métodos. 2 ed. Trad. Daniel Grassi. Porto Alegre: Bookman, 2001.

ZAIA, C. Bolsonaro veta 2030 da ONU em plano plurianual. **Valor Econômico**. Publicado em 27 dez. 2019. Disponível em: <<https://valor.globo.com/brasil/noticia/2019/12/30/bolsonaro-veta-agenda-2030-da-onu-em-plano-plurianual.ghtml>> Acesso em: 23 dez. 2020.

APÊNDICE A

Identificação do Entrevistado

Nome (facultativo):

Formação:

Tempo na organização:

Cargo/função:

Principais atividades exercidas:

Identificação do departamento

- 1) Como o departamento atua de modo geral? E junto ao público interno? Que ações desenvolve? Com quais objetivos? Que informações do público interno o departamento utiliza em tais ações?

Perguntas norteadoras

- 1) A empresa conhece o que pensam os funcionários sobre temas estratégicos do negócio? De que forma isso é feito?
- 2) Como a empresa vê o papel dos funcionários na construção da cultura organizacional?
- 3) Como a empresa vê o papel dos funcionários na construção de novas práticas organizacionais? E como é visto o papel da empresa?
- 4) Como a empresa engaja seu público nas ações que quer desenvolver?

Perguntas específicas para o departamento de comunicação

- 1) Como a empresa se comunica com seu público interno? Como essa comunicação é pensada? O que é considerado ao comunicar-se?
- 2) Como a empresa avalia a efetividade da comunicação?

Perguntas específicas para o departamento de recursos humanos

- 1) Como a empresa reconhece necessidades de desenvolvimento do público interno? Existe um olhar para o desenvolvimento de competências? Isso está alinhado às estratégias do negócio?
- 2) Como são estruturados e implementados os programas de educação corporativa? Como a empresa avalia a efetividade disso?

Perguntas específicas sobre sustentabilidade

- 1) O que é sustentabilidade para você? Como esse tema é visto na empresa?
- 2) Você acredita que trabalhar o tema da sustentabilidade é importante para a empresa, principalmente num cenário pós-pandemia? Como a empresa tem olhado essa questão?
- 3) O que você considera importante para que a empresa transite para uma cultura de sustentabilidade?
- 4) Como você vê o papel do público interno nesse processo?
- 5) Como a sustentabilidade poderia agregar valor à empresa? O que você pensa que poderia ser feito para avançar nessa questão?
- 6) A empresa tem trabalhado a comunicação para engajar os funcionários em temas relacionados à sustentabilidade? Como?

APÊNDICE B

Pesquisa sobre Cultura de Sustentabilidade nas Organizações

Obrigada por estar aqui!

Este questionário é um convite para que você participe de forma voluntária de uma pesquisa sobre Sustentabilidade nas Organizações.

Agradecemos muito sua contribuição e oportunamente faremos uma devolutiva aos participantes com os resultados do estudo.

*Obrigatório

Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE)

Esse termo visa assegurar seus direitos como participante.

Este questionário faz parte da pesquisa de Mestrado conduzida pela aluna Camila Cruz Fróes Berbel, no Programa de Pós-Graduação em Comunicação Midiática da Universidade Estadual Paulista (UNESP), sob orientação da Profa. Dra. Roseane Andrelo. Trata-se de uma pesquisa com fins acadêmicos e científicos cujo objetivo é analisar como o tema da sustentabilidade é percebido pelo público interno da empresa, a partir do contexto da comunicação e da informação em ambientes digitais.

A pesquisa não envolve riscos previsíveis e será assegurado ao participante o sigilo de todas as respostas e de sua identidade. Nenhuma informação será dada a outras pessoas além das pesquisadoras envolvidas, assim como na divulgação dos resultados, seu nome ou endereço eletrônico não serão citados.

O tempo médio de preenchimento é de 10 minutos. Em caso de dúvidas você poderá entrar em contato pelo e-mail: camila.froes@unesp.br

1. Declaro aceitar o convite para participar da pesquisa, com a finalidade exclusiva de colaborar com os objetivos do estudo. Estou ciente dos termos, de que não terei meus dados divulgados nem qualquer prejuízo com minha participação. *

Marcar apenas uma oval.

- Concordo em participar da pesquisa
- Não concordo em participar da pesquisa

Sobre você

2. Qual sua idade? *

Marcar apenas uma oval.

- 18 - 25
- 26 - 33
- 34 - 41
- 42 - 49
- 50 - 59
- Mais de 60
- Prefiro não responder

3. Qual sua formação escolar? *

Marcar apenas uma oval.

- Ensino básico (fundamental e médio)
- Ensino técnico
- Ensino superior (graduação)
- Pós-graduação *latu sensu* (Especialização / MBA)
- Pós-graduação *strictu sensu* (Mestrado / Doutorado)
- Prefiro não responder

4. Quanto tempo você atua na empresa? *

Marcar apenas uma oval.

- Menos de 1 ano
- de 1 a 3 anos
- de 3 a 5 anos
- de 5 a 10 anos
- Mais de 10 anos
- Não sei
- Prefiro não responder

5. Qual cargo você ocupa? (resposta opcional)

8. 3) Analise os eventos apresentados seguir e responda se você considera que sua percepção sobre sustentabilidade mudou em função de tais eventos. *

Marcar apenas uma oval por linha.

	Esse evento não alterou minha forma de pensar sobre o tema	Esse evento alterou parcialmente minha forma de pensar sobre o tema	Esse evento alterou radicalmente minha forma de pensar sobre o tema	Não sei / Não tenho uma opinião sobre o assunto
Notícias recentes sobre degradação ambiental no país	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Notícias recentes sobre a relação da pandemia Covid-19 com questões ambientais	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

9. 4) Atualmente temos visto um crescente envolvimento de empresas na construção de posturas e modos de produção mais sustentáveis. Como você avalia essa atitude? *

Marcar apenas uma oval.

- Trata-se de uma atitude que não tem nenhum impacto na promoção de mudanças positivas na sociedade
- Trata-se de uma atitude que contribui pouco para promoção de mudanças efetivas na sociedade
- Trata-se de uma atitude que contribui com a sociedade, mas que não é suficiente para atender suas demandas
- Trata-se de uma atitude que contribui para promoção de mudanças e é suficiente para resolver as demandas da sociedade
- Não tenho uma opinião sobre o assunto / Não sei responder

12. 2) Se você tiver interesse em pesquisar informações sobre sustentabilidade, quais seriam as principais fontes que você utilizaria? (Selecione pelo menos 3 fontes) *

Marque todas que se aplicam.

- Sites científicos
- Materiais acadêmicos (artigos, livros)
- Sites de busca geral (ex: google)
- Sites de notícias (jornais, revistas)
- Sites de empresas
- Redes sociais (facebook, twitter, linkedin, instagram, etc)
- Não saberia onde ou como pesquisar
- Colegas de trabalho
- Colegas de fora do trabalho
- Consultaria outras fontes

13. Se você respondeu outras fontes, cite quais:

14. 3) Quando você acessa informações sobre sustentabilidade ou outro assunto na internet, quais das situações abaixo você considera para avaliar essa informação? Selecione as alternativas que você julga como necessárias. *

Marque todas que se aplicam.

- Autoria (quem produziu a informação, credibilidade da fonte de informação)
- Atualização (data que a informação foi produzida)
- Conteúdo (qualidade da informação produzida; consistência e relevância)
- Acessibilidade (facilidade de localizar e acessar a informação)
- Funcionabilidade (facilidade de uso, navegação e aparência do site)
- Não costumo atentar-me para essas questões

15. 4) Sobre informações relacionadas à sustentabilidade, você pode afirmar que: *

Marcar apenas uma oval por linha.

	SEMPRE	NUNCA	ÀS VEZES
Lê notícias/informações/postagens relacionadas ao tema	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Verifica a confiabilidade das notícias/informações/postagens que chegam até você	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tem interesse no tema e busca informações a respeito	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Compartilha informações sobre o tema com outras pessoas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Considera a postura sustentável de empresas no momento da compra de algum produto/serviço	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Considere as duas abordagens apresentadas a seguir para responder a questão 5.

Abordagem 1 - Reportagem sobre o rompimento da barragem de Brumadinho e outras manchetes sobre o caso

O rompimento da barragem de Brumadinho



25 de janeiro de 2019

...no caso de **Brumadinho**, a barragem pertence a mineradora multinacional brasileira **Vale S.A.** O volume de dejetos expelido foi de cerca de **12 milhões** de m³. A lama, que continha **ferro, sílica e água**, atingiu o **rio Paraopeba**, o que acabou por afetar, de maneira negativa, a qualidade da água. Apesar de a lama não ser considerada tóxica pela Vale, alguns órgãos – como as Secretarias de Estado de Saúde (SES-MG), de Meio Ambiente e Desenvolvimento Sustentável (Semad), e de Agricultura, Pecuária e Abastecimento (Seapa) – comunicaram que essa água presente no rio apresentava riscos. Até o final de agosto de 2019 (cerca de 7 meses depois), foram contabilizadas **241 mortes** e outras 21 pessoas que ainda seguem desaparecidas.

Adaptado de: <https://www.politize.com.br/barragem-de-rejeitos/> (19/09/2019)

JORNAL DA USP USP Universidade de São Paulo

PÁGINA INICIAL CIÊNCIAS TECNOLOGIA EDUCAÇÃO CULTURA ATUALIDADES UNIVERSIDADE INSTITUCIONAL

Home > Atualidades > Reparação ambiental é lenta depois de um ano de tragédia de Brumadinho

Atualidades - 24/01/2020

Reparação ambiental é lenta depois de um ano da tragédia de Brumadinho **24/01/2020**

Pedro Luz Córtes diz que dano ambiental é de difícil reparação, pois a lama se sobrepõe ao solo e dificulta o florescimento de vegetação

Editorias: Atualidades, jornal da USP no Ar, Rádio USP - URL Curta: jornal.usp.br/?p=297043

UOL NEWS | BRASIL

FOLHA DE S. PAULO

cotidiano > educação ambiente saúde cooperativismo rio de janeiro feminicídio mortes

Famílias de vítimas em Brumadinho enfrentam recursos da Vale para indenizações **13/08/2020**

Moradores da cidade questionam mineradora por cortes no auxílio emergencial

13 ago 2020 às 12h06

BBC NEWS | BRASIL


Notícias Brasil Internacional Economia Saúde Ciência Tecnologia Aprenda Inglês #StateSocial Vídeos

‘Estamos presos naquele dia’: 1 ano após rompimento de barragem de Brumadinho, os impactos duradouros da tragédia **25/01/2020**

Abordagem 2 - Comunicação feita pela empresa Vale no Twitter e em seu site institucional

Vale no Brasil @valenobrasil

A natureza é preocupação de todos, e devemos proteger seus recursos. Aderimos ao Call to Action da Business for Nature para incentivar governos a adotarem medidas para reverter as perdas ambientais desta década. Junte-se a nós: tinyurl.com/yy7pxke5. #natureiseveryonesbusiness



Aderimos ao Call to Action da Business for Nature, uma coalizão de empresas e instituições do mundo todo em prol da natureza. Junte-se a nós nessa mobilização. #natureiseveryonesbusiness

Publicado em 21/09/2020

Vale no Brasil @valenobrasil

Em resposta a @valenobrasil

Sobre #Brumadinho, nosso CEO reforça que o compromisso se mantém: as indenizações continuam, acordos com autoridades focados em projetos de reparação, proteção da fauna e flora até a segurança hídrica. “Ou seja, já fizemos muito, e vamos continuar fazendo”, finaliza.

10:09 AM · 30 de jul de 2020 · Twitter Web App Publicado em 30/07/2020


Vale no Brasil @valenobrasil





Em resposta a @valenobrasil


Assumimos um compromisso histórico com o futuro do planeta. E, para isso, vamos investir pelo menos 2 bilhões de dólares nos próximos anos, o maior valor já comprometido pela indústria da mineração para o combate às mudanças climáticas.

Publicado em 17/06/2020

Sobre a Vale





Publicado em 01/07/2020

01/07/2020

Solidariedade: Vale está entre as maiores doadoras do Brasil para o combate à COVID-19

A empresa comprou na China mais de 600 toneladas de insumos – kits de teste rápido e equipamentos de proteção individual (EPIs) – para apoiar o governo federal e os estados onde a empresa mantém operações (MG, PA, MA, ES, MS e RJ) no combate à disseminação do novo coronavírus (Sars-CoV-2). Esta ajuda emergencial, que representou um investimento de R\$ 223,3 milhões, seguiu rigorosamente a orientação das autoridades de saúde.

Para garantir a saúde financeira de seus fornecedores, a empresa também anunciou um pacote de quase R\$ 1 bilhão, que beneficia aproximadamente 3 mil fornecedores em todo o país.

16. 5) A partir da sua análise sobre as duas abordagens apresentadas sobre o caso de Brumadinho, responda como você considera a comunicação da empresa: *

Marcar apenas uma oval.

- Adequada, pois a empresa comunica em favor de seus interesses em um cenário de ampla concorrência onde é preciso se destacar
- Antiética, pois a empresa comunica em favor de seus interesses apesar de enfrentar uma situação complexa que ainda não foi resolvida
- As informações apresentadas não são suficientes para avaliar a comunicação da empresa
- Não sei / Não tenho uma opinião sobre o assunto

Comunicação e Sustentabilidade

Chegamos na etapa final desta pesquisa! Lembre-se de correr a tela para a direita até o fim para ver todas as alternativas de resposta, caso você esteja respondendo pelo celular!

Para começar esta seção, pedimos que você assista dois vídeos curtos e responda as questões 1, 2 e 3 com base na sua percepção sobre os mesmos.

VÍDEO Greenpeace - A história de uma colher (Se quiser acessar no youtube para ampliar a tela, acesse: <https://www.youtube.com/watch?v=0QjM7MEsBiE>)



[v=0QjM7MEsBiE](https://www.youtube.com/watch?v=0QjM7MEsBiE)

<http://youtube.com/watch?>

VÍDEO Colgate - Economize água (Se quiser acessar no youtube para ampliar a tela, acesse: <https://www.youtube.com/watch?v=jEGElZwMzYM>)



[v=jEGElZwMzYM](https://www.youtube.com/watch?v=jEGElZwMzYM)

<http://youtube.com/watch?>

19. 3) A partir dos vídeos assistidos, responda qual representa melhor as ideias apresentadas a seguir: *

Marque todas que se aplicam.

	VÍDEO GREENPEACE	VÍDEO COLGATE	Nenhum dos vídeos	Não sei / Não tenho uma opinião
Apresenta uma visão mais completa sobre sustentabilidade	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Apresenta uma visão parcial sobre sustentabilidade	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
O foco é a construção de uma imagem positiva da empresa que produziu o vídeo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
É especulativo e não representa a realidade	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
O foco é a conscientização sobre práticas de consumo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Representa uma situação sem contexto e de difícil compreensão	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

4) Pedimos agora para que você reflita sobre as imagens apresentadas a seguir e responda a seguinte questão: Se você recebesse as imagens abaixo através das suas redes, qual reação você expressaria se tivesse que utilizar um emoji?

Imagem 1 - Infográfico sobre o uso da água (Adaptado da Revista Planeta Sustentável)



20. Sua reação à imagem 1: *



1

2

3

4

5

6

7

8

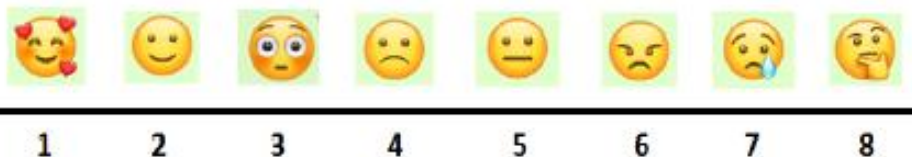
Marcar apenas uma oval.

- Reação 1
- Reação 2
- Reação 3
- Reação 4
- Reação 5
- Reação 6
- Reação 7
- Reação 8
- Nenhuma das opções

Imagem 2 - Comunidade em Manaus (Site Amazônia Latitude, 24/07/2019)



21. Sua reação à imagem 2: *



Marcar apenas uma oval.

- Reação 1
- Reação 2
- Reação 3
- Reação 4
- Reação 5
- Reação 6
- Reação 7
- Reação 8
- Nenhuma das opções

Imagem 3 - Charge do personagem Armandinho (Alexandre Beck)



22. Sua reação à imagem 3: *



1

2

3

4

5

6

7

8

Marcar apenas uma oval.

- Reação 1
- Reação 2
- Reação 3
- Reação 4
- Reação 5
- Reação 6
- Reação 7
- Reação 8
- Nenhuma das opções

Imagem 4 - Horta comunitária no Morro da Formiga - RJ (Site EBC, 2014)



23. Sua reação à imagem 4: *



1

2

3

4

5

6

7

8

Marcar apenas uma oval.

- Reação 1
- Reação 2
- Reação 3
- Reação 4
- Reação 5
- Reação 6
- Reação 7
- Reação 8
- Nenhuma das opções

24. 5) A partir das imagens que foram apresentadas, reflita sobre qual representa melhor as situações a seguir: *



IMAGEM 1



IMAGEM 2

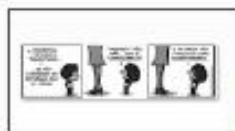


IMAGEM 3



IMAGEM 4

Marque todas que se aplicam.

	IMAGEM 1	IMAGEM 2	IMAGEM 3	IMAGEM 4	Nenhuma das imagens	Não sei / Não tenho uma opinião
Eu compartilharia essa imagem, mas sem incluir nenhum comentário:	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Eu compartilharia essa imagem nas minhas redes e escreveria uma frase ou texto junto à publicação:	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Eu utilizaria para criar um meme (uma interpretação) com base na minha opinião sobre o tema:	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Para mim, a imagem mais relevante sobre a questão da sustentabilidade é:	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Para mim, a imagem menos relevante sobre a questão da sustentabilidade é:	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Agradecemos muito sua participação nesta pesquisa e esperamos que esse questionário possa ter contribuído para sua reflexão sobre o tema da sustentabilidade. Caso deseje, fique à vontade para deixar comentários, críticas, sugestões ou reflexões que você teve sobre a abordagem e os conteúdos que foram apresentados.

25. Com base no percurso deste questionário até aqui e na articulação dos temas sustentabilidade, organizações, informação e comunicação, escolha a situação que melhor descreve o que você está pensando agora: *

Marcar apenas uma oval.

- O questionário não me fez refletir sobre nada novo e sua contribuição foi irrelevante para mim
- O questionário contribuiu de alguma forma, mas foi pouco relevante para minhas reflexões
- O questionário foi relevante e contribuiu para minhas reflexões sobre os temas apresentados
- O questionário foi muito relevante e permitiu que eu tivesse novas ideias sobre os temas apresentados
- Nenhuma das situações acima

26. Se quiser deixar qualquer comentário, utilize esse espaço:

27. Caso queira receber o resultado final desta pesquisa, deixe seu e-mail que enviaremos para você:

ANEXO A – Comentários dos participantes sobre a pesquisa

- O indivíduo e suas ações impactam mais do que ações de grupos ou empresas
- Precisamos como cidadãos de atitudes concretas, educação e seriedade sobre o tema.
- Pesquisa sucinta e bem abordada. Parabéns!
- Parabéns. Leva a reflexão sobre um tema pouco discutido
- A questão 4 ficou um tanto quanto confusa, acredito que seria interessante abordar o tema da questão de uma forma mais clara e objetiva. Parabéns pela iniciativa, muito importante pararmos para refletir sobre um tema tão importante no momento em que vivemos.
- ótima pesquisa, temas extremamente relevantes e que ocasionam reflexão
- Muito importante esse estudo.
- Excelente reflexão
- Parabéns pela iniciativa! Tema importantíssimo.
- Tantos as empresas como os seres humanos devem se preocupar e fazerem sua parte para contribuir com nosso meio ambiente.
- Precisamos parar em meio a nossa correria, pensar mais em Temas tão importantes como esses.
- Culturalmente nos acostumamos a fingir de cegos em atitudes não sustentáveis que presenciemos todos os dias. Precisamos abrir os olhos e não achar normal quando alguém joga um papel no chão ou deixa uma torneira aberta. Faz parte da nossa responsabilidade mudar essas atitudes e talvez com pequenas reflexões como esta possam contribuir para mudar essa cultura!
- material muito bem elaborado, trazendo ênfase e mostrando vários pontos de vista muito bom.
- Continuem com a pesquisa. E de grande valia para a sociedade.
- Nós podemos mudar a atual situação do nosso planeta. Precisamos refletir mais, precisamos de mais informação, precisamos utilizar bem os meios de comunicação.
- gostei do tema, e muito importante colocar em pauta devido o descaso do Governo do Brasil.
- Não foi possível assistir os vídeos e ver as imagens.
- Gostei muito do questionário sendo muito importante em empresas e convivência Geral de todos.
- Percebi o quão importante é a sustentabilidade em nosso meio
- Chato e longo
- gostei muito do questionário, porem eu não consegui visualizar nem analisar os arquivos de mídia das paginas anteriores
- Falta falarmos mais deste tema tão importante é tão confuso para uma definição
- Refleti sobre aos temas
- Acredito que a mudança de hábitos que visam a sustentabilidade, deve ser reiteradamente cobrada dentro do espaço profissional, não apenas como uma questão de marketing externo, mas sim, como uma responsabilidade social e moral de cada colaborador.
- Um dos maiores problemas é como procuramos entender a sustentabilidade, sempre utilizando exemplos fora da nossa realidade.
- Sustentabilidade é algo delicado, pois na questão das imagens, a imagem 1(mostra o quanto gastamos com agua para produção de alimentos) vejo que se aquela água fosse desperdiçada seria mais chocante. Além de que usinas hidroelétricas acabam com a fauna e a flora da região, porém pelo consumo atual, são as mais viáveis. No meu ponto de vista, pessoas jogam lixo nas ruas, compram muitas coisas descartáveis, isso é algo desnecessário e que deveríamos mudar.
- Acho que o senso de dever com a natureza tem que partir de cada pessoa e nas empresas, todo devem estar preocupados com o planeta e saber que os recursos são limitados, às vezes, pequenas atitudes como não jogar o lixo no chão fazem toda a diferença.
- Não só as empresas mas as pessoas culturalmente precisam aprender a economizar e planejar de modo geral. Pessoal só pensa no AGORA, no LUCRO, em SI MESMAS, quando deveriam pensar mais no amanhã, e especialmente, na nossa geração futura, no que eles vão ter que enfrentar. Cada ano que passa, a situação se torna pior aqui no planeta em relação ao meio ambiente, isso é assunto sério.