



Sustentabilidade e Perspectivas de Comunicação ¹

Juliane do Rocio JUSKI²

Celsi Brönstrup SILVESTRIN³

Universidade Federal do Paraná, Curitiba, PR

RESUMO

O artigo tem como objetivo trazer subsídios sobre a questão da comunicação e sustentabilidade. Para tanto, apresenta aspectos históricos e conceituais sobre o termo sustentabilidade e sobre as perspectivas de comunicação da (e para) a sustentabilidade, abordados por Kunsch (2009) e Bueno (2012). Propõe-se o estudo de caso como principal procedimento metodológico, tendo em três agências que se auto definem como “agências de comunicação sustentável” o seu objeto empírico.

PALAVRAS-CHAVE: Comunicação; Sustentabilidade; Comunicação Sustentável.

INTRODUÇÃO

Na atualidade, especialmente a partir do século XXI, crescem os desafios no sentido de “construir e manter comunidades sustentáveis”. No curso destas transformações, reconfigurou-se o pensamento sobre como tratar o meio ambiente. Grupos e movimentos ambientalistas se espalharam por todos os cantos do globo, sendo necessário rever o comportamento consumista e fazer uma “crítica cultural de um modelo de civilização baseado no avanço tecnológico sem freios, na exploração inesgotável dos recursos naturais, na destruição ecossistêmica e no consumismo desenfreado”, como enfatiza Gil (2008, p. 50).

A preocupação da sociedade com os problemas ligados à prevenção do meio ambiente e a diminuição da desigualdade social, ganhou aderência também na área da comunicação. E é nesse contexto que se pretende explorar e relacionar os conceitos de comunicação e sustentabilidade, e como eles podem se conectar e reconfigurar-se em comunicação sustentável, com foco no próprio processo de comunicação, na comunicação da (e para a) sustentabilidade.

¹ Trabalho apresentado no DT 3 – Relações Públicas e Comunicação Organizacional do XV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 8 a 10 de maio de 2014.

² Mestranda do Programa de Pós Graduação em Comunicação da UFPR, sob orientação da Profa. Dra. Celsi Brönstrup Silvestrin, email: julijuski@gmail.com

³ Docente do Programa de Pós Graduação em Comunicação da UFPR, email: celsibs@gmail.com



DELIMITANDO O CONCEITO DE SUSTENTABILIDADE

Refletir por um momento a respeito da história e da construção de significado do termo sustentabilidade, se faz necessário, por tratar-se de um conceito ainda controverso e polissêmico, conforme ressalta Capra (2008).

A origem do termo “sustentabilidade” possui a mesma raiz que “sustentar”, do latim *sustentare*⁴. Numa breve consulta ao Novo Dicionário Aurélio (2010), há dois sentidos: o primeiro diz que “sustentar” significa segurar por baixo, suportar, servir de escora, impedir que caia, impedir a ruína e a queda; o outro sentido enfatiza o conservar, manter, proteger, nutrir, alimentar, fazer prosperar, subsistir, viver, conservar-se sempre a mesma altura e conserva-se sempre bem.

E os primeiros indícios são bem anteriores ao século passado, assegura Andrea citado por Layrargues (1998) ao lembrar que o termo foi cunhado em 1713 por Carlowitz, visando ao uso do solo que garantisse em longo prazo rendimentos estáveis para a produção florestal. No entanto, o conceito só apresentou maior relevância no cenário mundial quando foi adotado pela economia. E o marco dos debates sobre sustentabilidade acontece quando a questão dos limites diante da humanidade se acentua.

Em abril de 1968, trinta cientistas se reúnem na *Accademia dei Lincei*, em Roma, para debater os dilemas da humanidade no presente e no futuro. Do encontro, nasce o Clube de Roma, que ganhou notoriedade com a publicação do relatório final, intitulado “Limites do Crescimento”, publicado em 1972 pelo *Massachusetts Institute of Technology*, no qual, mais do que debater sobre o problema populacional, discutiu-se o paradigma tecnológico que acarreta a aceleração da aproximação dos limites.

Mas a urgência em publicar o relatório “Limites do crescimento” não era infundada. Como afirma Layrargues (1998), no mesmo ano, 1972, ocorreria a Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente Humano, de 5 a 16 de junho em Estocolmo, na Suécia. “A Conferência de Estocolmo, como ficou conhecida, já estava totalmente contaminada pelo diagnóstico do Clube de Roma” (LAYRARGUES, 1998, p.105). Outros dos fatores que propiciaram a concretização da Conferência de Estocolmo, segundo o autor, foi o fato de a poluição atmosférica, notadamente a chuva ácida e outros problemas ambientais afetarem diretamente os países industrializados.

⁴ Origem da palavra “sustentabilidade”. Disponível em: <<http://origemdapalavra.com.br/palavras/sustentabilidade/>>. Acessado em: 18/10/2013.



Os resultados mais imediatos da Conferência de Estocolmo foram a criação do Programa de Meio Ambiente das Nações Unidas e a elaboração da Declaração sobre o Meio Ambiente Humano, com uma lista de 23 princípios norteadores. Observa-se na leitura do texto da Declaração que “o que se pretendia estabelecer com a Declaração de Estocolmo, ao menos como pretexto, era um pouco das propostas apresentadas pelo Clube de Roma” (LAYRARGUES, 1998, p.107), verificando assim a grande influência que a publicação do relatório “Limites do crescimento” exerceu.

Maurice Strong, diretor-executivo da Pnuma, lançou o conceito de “ecodesenvolvimento” durante a Primeira Reunião do Conselho Administrativo em Genebra, em junho de 1973 (LAYRARGUES, 1998). Era a primeira tentativa de definir um estilo de desenvolvimento adaptado às áreas rurais do terceiro mundo, baseado na utilização criteriosa dos recursos locais e da sabedoria tradicional camponesa, sem comprometer o esgotamento da natureza e a satisfação das necessidades das gerações futuras. E como acrescenta Bacha (2010), percebe-se na introdução deste conceito uma intenção de unir crescimento econômico, equidade social e prudência ecológica. Sachs, citado por Layrargues (1998), destaca que em 1974, com a Declaração de Cocoyoc (México), surge uma interpretação mais abrangente do termo, que passa a ser considerado não só para as zonas rurais, mas também para as cidades urbanas do terceiro mundo.

A adoção de um ponto de vista multigeracional no cuidado com o capital natural e a imposição de limites ao crescimento foram ideias amadurecidas no decorrer do século passado. E diferentes conceitos foram se delimitando.

Em 1980 surge a noção de ecologia profunda, cujo conceito coloca o homem como componente de um sistema ambiental complexo, holístico e unificado. Isso desencadeou o debate que deu origem a expressão “desenvolvimento sustentável”, na qual economia e meio ambiente não são conceitos excludentes, e o desenvolvimento sustentável é a representação das estreitas relações entre eles (BACHA, 2010, p.15).

No início da década de 1980 os estudos evoluem e encontramos três principais noções para o termo “desenvolvimento sustentável”. São elas: o conceito de “comunidade sustentável” de Brown, o conceito de “ecodesenvolvimento” apresentado por Sachs, e por fim, o conceito de “desenvolvimento sustentável” apresentado pela Comissão de Brundtland.

Para definir “desenvolvimento sustentável” alguns autores apresentam termos correlatos para explicar o mesmo fenômeno, como é o caso de “comunidade



sustentável”. Segundo Capra (2008) a definição foi introduzida por Lester Brown, fundador da *Worldwatch Institute*, que a definiu “como aquele que é capaz de satisfazer as próprias necessidades sem reduzir as oportunidades das gerações futuras” (CAPRA, 2008, p. 19).

Na mesma década, o economista Sachs se apropria de outro termo correlato e complementa-o conceitual e operacionalmente, trata-se do “ecodesenvolvimento”. Segundo Layrargues (1998), Sachs parte da premissa da necessidade incondicional deste modelo estar baseado em três pilares: eficiência econômica, justiça social e prudência ecológica.

Resumidamente, o critério de eficiência econômica procura um rearranjo nas estruturas econômicas das sociedades para que os planejadores percebam que o meio ambiente é uma dimensão do desenvolvimento e seja internalizado em todos os níveis de decisão. Com relação à justiça social devem-se sanar as enormes disparidades sociais baseando-se no critério de equidade social, valorizando-se as comunidades locais, e finalmente, a prudência ecológica, que se coloca como a mola mestra do “ecodesenvolvimento”, em que a variável ambiental deve adquirir seu devido valor e não ser mais tratada como algo passível de ser explorado de forma acrítica. Portanto, “entende-se que a satisfação das necessidades humanas das gerações futuras deve ser garantida, isto é, deve haver uma solidariedade diacrônica sem que comprometa a solidariedade sincrônica com a geração presente, já por demais sacrificada pelas disparidades sociais gritantes na atualidade” (LAYRARGUES, 1998, p. 107).

Para tornar o conceito definitivamente operacional Sachs acredita que existem algumas condições:

Primeiro, é necessário um grande conhecimento das culturas e dos ecossistemas, sobretudo como as pessoas se relacionam com o ambiente, como elas enfrentam seus dilemas cotidianos, quais são as suas ecotécnicas para a produção de alimentos. A seguir, afirma que o envolvimento dos cidadãos no planejamento das estratégias é fundamental, pois eles são os maiores conhecedores das realidades locais, além de serem os maiores interessados em identificar suas necessidades e transmitir o saber acumulado na comunidade (SACHS, 1980 *apud* LAYRARGUES, 1998, p. 139-140).

Foi em 1983, na Assembleia Geral da ONU, que o conceito de “desenvolvimento sustentável” ganhou sua definição clássica. Com a Assembleia criou-se a Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento (CMMAD), cujo lema era “Uma agenda global para a mudança”, presidida pela então primeira-ministra



do Partido Trabalhista da Noruega, Gro Harlem Brundtland, e formada por 23 membros. O desafio da comissão consistiu em visitar dez países entre março de 1985 e fevereiro de 1987, “patrocinando estudos, realizando conferências e audiências públicas, consultando especialistas, enfim, promovendo um processo democrático de discussão” (LAYRARGUES, 1998, p. 143-144).

O resultado do trabalho da Comissão foi a publicação, em 1987, do livro “Nosso futuro comum”, também conhecido como Relatório de Brundtland (BOFF, 2012, p. 34). Este documento se constituiu em um dos mais abrangentes a respeito do panorama mundial sobre a questão ambiental. A premissa básica da Comissão Brundtland reforça que “independente do que ocorreu no passado que tenha originado a atual crise ambiental, independentemente da existência de atores sociais implicados na responsabilidade da degradação ambiental, a busca por soluções seria uma tarefa comum a toda a humanidade” (LAYRARGUES, 1998, p. 144). O destaque principal do “Nosso futuro comum” é o conceito clássico de desenvolvimento sustentável, e adotado também para a definição de sustentabilidade, como sendo: “o desenvolvimento que atende às necessidades do presente, sem comprometer a capacidade de as futuras gerações atenderem às suas próprias necessidades” (CMMAD, 1991, p.46).

O Relatório de Brundtland propunha ações para atingir este desenvolvimento sustentável como: limitação do crescimento populacional, garantia de alimentação, preservação da biodiversidade e dos ecossistemas, diminuição do consumo de energia e desenvolvimento de tecnologias de fontes energéticas renováveis, aumento da produção industrial à base de tecnologias adaptadas ecologicamente, controle da urbanização e integração entre campo e cidades menores, bem como satisfação das necessidades básicas (BACHA, 2010, p. 15).

E os debates e construções sobre o “desenvolvimento sustentável” e as “práticas sociais sustentáveis” continuou. O século 21 se iniciou com a realização da chamada Rio-92, como afirma Feldmann (2008), o evento que se realizou no Rio de Janeiro e se constituiu verdadeiramente através de duas iniciativas complementares: a Conferência das Nações Unidas sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento e o Fórum Global. A convocação da Conferência no Rio de Janeiro foi resultado direto dos problemas apontados pelo relatório “*Nosso futuro comum*”. O objetivo da Conferência era conciliar desenvolvimento socioeconômico, conservação e proteção dos ecossistemas da Terra. Produziram-se vários documentos, sendo que a Agenda 21 (Programa de Ação Global, com 40 capítulos) e a Carta do Rio de Janeiro são os principais. A categoria



“desenvolvimento sustentável” adquiriu então plena cidadania e “constituiu o eixo de todas as discussões, pois aparece quase sempre nos principais documentos” (BOFF, 2012, p. 35). A Agenda 21 foi considerada um plano de ação construído de forma participativa e consensuada. Por esse motivo, é também a tentativa mais abrangente já realizada para orientar um novo padrão de desenvolvimento.

Essa trajetória histórica ajuda-nos a entender o contexto em que se construiu o debate sobre desenvolvimento sustentável, e umbilicalmente, o conceito de sustentabilidade. No entanto, todas as conferências e discussões sobre o tema não eliminaram as dissonâncias com relação à definição conceitual de “sustentabilidade”, ao contrário, ampliaram ainda mais as explicações, propuseram novas abordagens e práticas, e também fizeram com que oportunistas se utilizassem da expressão apenas de forma cosmética, de maneira superficial.

O termo sustentabilidade, além de apresentar inúmeras interpretações traz consigo inúmeras contradições, adverte Veiga (2010). Nessa mesma linha, Bueno (2012) também alerta para as maneiras enganosas atribuídas ao desenvolvimento sustentável, quase sempre, assumido de maneira superficial. O autor reforça ainda ser necessário repensar o modelo capitalista e consumista em que vivemos, afirmando que um desenvolvimento sustentável só poderá existir se repensarmos o nosso modo de vida.

Com discussões sobre o esvaziamento do conceito de “sustentabilidade” e como o termo poderia apresentar um modo empírico de comprovação, Kunsch (2009) se utiliza de Elkington para demonstrar a aplicação do conceito na prática. Para Elkington, em sua obra “Canibais de garfo e faca” (2001), a sustentabilidade pode ser aplicada por meio de três vertentes mensuráveis: a prosperidade econômica, a qualidade ambiental e a justiça social. Esse modelo mensurável ficou conhecido como *triple bottom line*, e os três pilares econômico, social e ambiental.

Em 2002, em Johannesburgo (África do Sul), realizou-se a conferência mundial sobre o tema Gestão Ambiental e Desenvolvimento Sustentável, denominada de Rio+10, onde se instituiu a iniciativa *Business Action for Sustainable Development*. Nesse encontro, foi elaborado o Protocolo de Quioto, que embora tenha sido aberto para assinaturas em 11 de dezembro de 1997 e ratificado em 15 de março de 1999, com 55% dos países, que juntos produzem 55% das emissões de gases poluentes, só entrou em vigor em 16 de fevereiro de 2005.



Outro referencial que reacendeu os debates sobre o tema foi a exibição do documentário “Uma verdade inconveniente” de Davis Guggenheim, em 2006. O vídeo apresenta a militância política de Al Gore sobre a questão ambiental, sua mensagem principal “*become carbon neutral*” coloca-se como um novo paradigma planetário e questiona os padrões da existência humana. A exibição ganhou ainda mais expressão quando ganhou dois Oscars, e rendeu ao ex-presidente norte americano o prêmio Nobel da Paz em 2007.

O Rio de Janeiro foi novamente palco de uma conferência da ONU, quando em junho de 2012 recebeu a Conferência de Desenvolvimento Sustentável, também chamada de Rio+20. O evento apresentou como temas principais “o desenvolvimento de uma economia verde para o desenvolvimento sustentável e eliminação da pobreza; e a definição da governança global da sustentabilidade” (KUNSCH, 2013, p.4).

A superação desse modelo de desenvolvimento requer um horizonte de planejamento que vai além das necessidades e aspirações das populações atuais e exige a integração das questões ambientais, sociais e econômicas, afirma Mousinho (2008), explicando que:

Se inicialmente o desenvolvimento sustentável pretendia ser abrangente ao englobar não apenas aspectos econômicos, mas também sociais e ambientais, hoje é bastante mais ampla, e a noção de sustentabilidade adotada pela Agenda 21 Brasileira incorpora as dimensões: ecológica, ambiental, social, política, econômica, demográfica, cultural, institucional e espacial. Trata-se de um conceito cuja definição suscita muitos conflitos e mal-entendidos, refletindo as diferentes visões de mundo dos diversos atores envolvidos no debate. Apesar de dar margem a múltiplas interpretações, o conceito de sustentabilidade tem se mantido em cena, e as disputas teóricas que provoca contribuem para ampliar e aprofundar a compreensão da questão ambiental (MOUSINHO, 2008, p. 348-349).

BASES PARA A CONSTRUÇÃO DA COMUNICAÇÃO SUSTENTÁVEL

A configuração da sociedade global mudou e transformou as relações nacionais e internacionais entre organizações e indivíduos. A globalização e o uso das novas tecnologias proporcionaram ao homem comunicação e conectividade em tempo real. E o campo da comunicação também apresentou nas últimas décadas importantes transformações, como a superação do entendimento reduzido da comunicação apenas como processo de transmissão de informações. No entanto, as funções e papéis que a



comunicação como campo de conhecimento pode desempenhar ainda estão em construção e reformulação.

Aproveitando-se de certos temas presentes com maior evidência na academia, a área da comunicação passou a explorar também essas novas diretrizes, entre elas o tema da “sustentabilidade”, bastante debatido nos campos das ciências econômicas e ambientais. Esta relação de proximidade entre a comunicação e a sustentabilidade fez surgir uma nova expressão, rapidamente absorvida pelo mercado, e ainda pouco explorada no campo acadêmico, o conceito de “comunicação sustentável”.

Para compreender a relação e as interfaces entre a comunicação e a sustentabilidade encontramos alguns autores que, pioneiramente, vem discutindo o tema no campo comunicacional. Um desses autores é Margarida Krohling Kunsch que após presenciar as discussões sobre sustentabilidade no II Congresso da Associação Brasileira de Pesquisadores da Comunicação Organizacional e de Relações Públicas (Abrapcorp) reuniu os artigos publicados no livro intitulado “A comunicação na gestão da sustentabilidade das organizações”, de 2009.

Na obra, a autora destaca o papel da comunicação para a sustentabilidade, afirmando que na sociedade global a incorporação e assimilação da sustentabilidade ainda tem um longo caminho a percorrer. Apesar dos inúmeros avanços, a dimensão pública não é uma realidade assumida por todos os cidadãos e por todas as instituições e organizações no curso de suas ações diárias.

E qual é o papel da comunicação neste contexto? Para Kunsch (2009) é necessário promover efetivamente a sustentabilidade da qual a sociedade necessita, imprescindivelmente com o auxílio da comunicação, e também dos meios e de toda a convergência midiática. Somente com a comunicação será possível conscientizar a população em geral de que “o atendimento às necessidades e aspirações do presente sem comprometer a possibilidade de atendê-las no futuro é uma tarefa de toda a sociedade mundial e não só de uma pessoa, de uma só organização e de um só país” (KUNSCH, 2009, p. 70).

Kunsch (2009) também enfatiza que “repensar a comunicação em todo o seu processo é um novo desafio para pesquisadores e profissionais da área”. E questiona: “Como tornar a comunicação presente nas esferas pública e privada em função de uma sociedade sustentável, que ações de comunicação devem ser empreendidas, que informações divulgar e quais públicos atingir?” (p.70) são algumas das perguntas colocadas por ela que esta “nova geração” de comunicadores precisa descobrir.



Seguindo a mesma linha, Soares (2009) descreve como a “sustentabilidade” tornou-se um termo recorrente tanto no mundo empresarial como também foi amplamente disseminado na sociedade civil. Para a autora o termo “sustentabilidade” ganhou tamanha evidência midiática com a inserção do tema na agenda internacional do meio ambiente, e o que se convencionou a tachar como “sustentabilidade” se apoia na percepção de que a coletividade deve urgentemente repensar seus valores e suas práticas. Também reforça que o maior desafio para a construção de um mundo verdadeiramente sustentável está em garantir que esses novos valores sustentáveis estejam refletidos nos princípios e nas operações das estruturas políticas e econômicas, uma vez que implementar a sustentabilidade não é tarefa de um, mas sim uma necessidade coletiva. E ela só se concretiza na medida em que permeia todas as cadeias produtivas e econômicas, bem como por práticas humanas mais triviais, como a separação do lixo.

Quanto aos desafios da comunicação para disseminar uma comunicação sustentável, Soares (2009, p. 30) afirma que “para construir a sustentabilidade, devem ser empreendidos tanto esforços quanto mudanças efetivas nos valores e hábitos de populações inteiras”. A autora também enfatiza que “cabe às organizações dos mais diversos setores desenvolver uma nova comunicação, considerando a interdependência entre elas e outros sistemas sociais e as influências que produzem e que recebem umas das outras” (p.30).

A segunda visão de interface entre comunicação e sustentabilidade diz respeito à comunicação como um dos fatores para a realização do desenvolvimento sustentável, melhor classificado como comunicação sustentável. Essa perspectiva é defendida por Wilson da Costa Bueno.

A comunicação para a sustentabilidade, segundo Bueno (2012, s/p.), deve estar respaldada em conceitos adequados e precisa incorporar uma “perspectiva política, buscando mobilizar, conscientizar além de informar sobre conceitos e processos”. A comunicação possui o papel de reposicionar o conceito da sustentabilidade, ainda restrita às visões ambientais ou econômicas. Reformulando-a, expande-se a sua definição, agregando a qualidade de vida do ser humano como mais um dos critérios sustentáveis. O autor amplia ainda a noção de “qualidade de vida”, que segundo ele “esse novo saber ambiental tem a ver com a vida em paz (a não violência física, moral ou psicológica), a qualidade de consumo (comer de maneira saudável e não apenas



comer em quantidade, por exemplo) e as condições de trabalho (que possam permitir o desenvolvimento pessoal e profissional, etc)” (BUENO, 2012, s/p).

A abordagem de Bueno (2012) consiste em apresentar um modelo de comunicação sustentável que a partir de novas estratégias conceituais, busca desencadear processos de resistência à homogeneização de padrões. Esse novo modelo considera a comunicação entendida sob uma perspectiva mais ampla, na qual possui um papel fundamental no processo de educar para conscientizar e mobilizar a sociedade para a sustentabilidade. Segundo o autor, “[a comunicação] precisa ser assumida como emancipatória ou libertária”(BUENO, 2012, s/p.). Outro caráter revolucionário da comunicação sustentável se manifesta na ruptura com modelos clássicos e na relação entre conhecimentos, culturas e competências, que são defendidas pelo autor como um novo modelo de racionalidade ecológica.

Em suma, Bueno estabelece três funções básicas da comunicação da (e para a) sustentabilidade, todas elas articuladas e complementares:

- a) Em primeiro lugar, ela deve promover a consolidação do conceito de sustentabilidade, buscando eliminar equívocos como os que a associam a ações meramente pontuais ou que a reduzem à simples dimensão ambiental. A sustentabilidade deve ser percebida de maneira abrangente e incorporar aspectos ambientais, sócio-culturais, políticos e econômicos, porque, em princípio, ela deve permear todas as ações humanas, com o objetivo precípua de preservar condições ideais para que todos os cidadãos desfrutem de qualidade de vida. A sustentabilidade é a teia que tece a relação das pessoas entre si e com o planeta em que vivemos.
- b) Em segundo lugar, a comunicação da (e para a) sustentabilidade, comprometida com os valores da equidade, da justiça social e da liberdade deve favorecer a conscientização dos habitantes da Terra para os riscos inerentes ao consumo não consciente, ao desperdício das riquezas naturais e à desigualdade social. Neste sentido, deve atentar para os direitos das minorias, o respeito à diversidade e o reconhecimento da importância das culturas e das comunidades tradicionais (...).
- c) Finalmente, a comunicação sustentável, que deve ser exercida com coragem e determinação, não teme denunciar os desvios e abusos cometidos por indivíduos e organizações e está empenhada em resgatar os princípios da transparência, da convivência harmônica e da solidariedade humana. Ela se funda, portanto, numa perspectiva que contempla a sustentabilidade em sua integridade, não fragmentada pela busca de resultados imediatos (...) (BUENO, 2012, s/p).

Outro aspecto inovador da proposta de Bueno consiste em discutir o papel dos diversos protagonistas na área da comunicação. Para ele, “a comunicação da (e para a)



sustentabilidade implica, necessariamente, no compromisso dos diversos protagonistas (...) com um mundo mais justo, que não tolera a manutenção das desigualdades e repudia a hipocrisia” (BUENO, 2012).

O autor enfatiza que esta comunicação sustentável deve estar

(...) comprometida com as aspirações da sociedade moderna que anseia por liberdade, justiça, solidariedade humana e que gradativamente toma consciência de que o modelo econômico, político e cultural vigente não será capaz de provocar mudanças que revertam o processo inexorável de degradação ambiental. Ao mesmo tempo, deve incorporar novos atores no processo de tomada de decisões, abrindo espaço para um debate mais amplo e que não esteja viciado pela presença ostensiva e autoritária daqueles que historicamente têm se beneficiado deste modelo e que insistem em manter o *status quo* (BUENO, 2012, s/p).

Essa nova conjuntura colocada pela comunicação sustentável implica em uma demanda de democracia e participação da sociedade, obrigando o Estado e a sociedade como um todo a rever seus paradigmas econômicos e também suas próprias concepções da democracia, como coloca Bueno (2012, s/p) “no sentido das demandas emergentes de sustentabilidade, solidariedade, participação e autogestão dos processos produtivos e políticos”.

POSSIBILIDADE DE PESQUISA

A partir do panorama histórico relatado sobre o conceito “sustentabilidade” e a concepção atualizada de “comunicação sustentável”, propõe-se uma pesquisa sobre o tema tendo como objetivos compreender a relação entre ambas, e conhecer mais sobre a prática da comunicação da (e para a) sustentabilidade. Para tanto, além de aprofundar o estudo sobre os conceitos e base teórica pertinentes ao tema, a proposta inclui como objeto empírico da pesquisa três agências de comunicação que se auto definem como agências de comunicação sustentável, buscando entender como elas se identificam (se diferenciando no mercado) e apresentam os seus serviços aos seus clientes. A escolha foi feita a partir de um mapeamento das principais agências dos estados da região sul e São Paulo, levando em consideração os seguintes critérios: a apropriação da expressão “comunicação sustentável” em sua identificação, serviços que evidenciam aspectos voltados para comunicação e sustentabilidade e, por fim, aquelas que adotam a perspectiva do marketing 3.0. As agências selecionadas são:



A agência 1 (*Eco Interação Comunicação Sustentável*), criada em 2007 com sede em Ribeirão Preto, em seu *site*, no espaço destinado a informações sobre a empresa informa que “nossa principal tecnologia é a criatividade que circula na veia artística da equipe e resulta em soluções inusitadas de comunicação 360°, alinhada com o conceito do marketing 3.0, onde o que move as pessoas é a mente, o coração e o espírito”.

A agência 2 (*Seu Mundo Sustentável*), criada em 2011 com sede em São Paulo, apresenta em seu *site* a proposta de mobilizar, sensibilizar, comunicar, dialogar e incentivar atitudes e ações práticas pela conscientização, qualidade de vida e soluções sustentáveis. Reforçando que o seu compromisso é oferecer produtos e serviços de alta qualidade, que valorizam o potencial humano e boas práticas.

E, por fim, a agência 3 (*Alliance Comunicação Sustentável*), criada em 2010 com sede em São Paulo, que se auto define como uma das agências pioneiras especializadas em atendimento de corporações, instituições e empresas prestadoras de serviços na área ambiental, e suas estratégias visam desenvolver soluções para uma sociedade voltada para a sustentabilidade. Segundo o *site* da empresa, foi a primeira agência a levantar a importância do marketing 3.0, e tinha como objetivo inicial prestar serviços de comunicação apenas para um mercado segmentado. Hoje ampliou sua atuação e, além de um público específico, também trabalha para empresas que têm ações centradas nos valores éticos e baseados no ser humano.

Pretende-se adotar como proposta metodológica, o estudo de caso, por se adequar aos propósitos investigativos do estudo a ser feito. Para Yin (2005), o estudo de caso é uma estratégia completa de pesquisa, e enquanto ferramenta vai além de outras técnicas e abordagens com as quais normalmente é confundido. Em defesa deste seu posicionamento, Yin argumenta que: “(1) trata-se de fenômeno contemporâneo inserido em determinado contexto; (2) não há clara separação entre o contexto e o caso de interesse para estudo; (3) comporta uma série de variáveis de interesse para a pesquisa; (4) envolve múltiplas fontes de evidências; e (5) está ancorado em modelo hipotético-dedutivo que orienta a coleta e análise de dados” (CORAIOLA *et al*, 2013, p. 310).

Outro fator apontado por Yin, que legitima a escolha do método consiste em que

os estudos de caso também são bastante utilizados pelo fato de oferecer mecanismos de exploração e análise de unidades sociais complexas, que envolvem grande gama de variáveis inter-relacionadas, principalmente nos casos em que existe certa dificuldades em estabelecer clara separação entre a unidade de

interesse para o estudo e o contexto no qual essa unidade se encontra inserida (YIN, 2011 *apud* CORAIOLA *et al.*, 2013, p. 311).

Ainda conforme destacado por Coraiola *et al* (2013), diferente do tipo de pesquisa extensiva que procura analisar algumas poucas variáveis distribuídas por uma série de casos similares, o estudo de caso segue uma lógica intensiva e pretende a exploração de conjunto de vários fatores e seus relacionamentos em um único ou alguns poucos casos selecionados (RAGIN; BECKER, 1992, *apud* CORAIOLA *et al.*, 2013, p. 311).

Para Yin (2001, p. 21) “o estudo de caso permite uma investigação para se preservar as características holísticas e significativas dos eventos da vida real – tais como ciclos de vida individuais, processos organizacionais e administrativos (...)”, o que atende às necessidades do estudo a ser realizado.

ALGUMAS CONSIDERAÇÕES

A superação do modelo de desenvolvimento consumista vivenciados hoje, é um empreendimento que não se limita a fronteiras, como reforça Capra (2008) ao reconhecer que a ruptura deste modelo ultrapassa as diferenças raciais, culturais ou sociais. O planeta Terra é o lar comum da humanidade, e garantir que todas as crianças nascidas e por nascer usufruam deste planeta é uma tarefa para todos.

E essa tarefa não é fácil, porque todos os problemas sociais são reflexo do processo civilizatório adotado atualmente. E como reitera Gil (2008) a crítica desse modelo de desenvolvimento precisa apontar outras possibilidades para um novo modelo de civilização, para um modelo civilizatório sustentável.

A transformação e superação do modo de produção capitalista, para um novo padrão igualitário, justo e sustentável dependem de ações, de práticas cotidianas desenvolvidas culturalmente. Assim, nos limites deste artigo, buscou-se apresentar alguns aspectos considerados essenciais para melhor entender o tema em questão, principalmente no que se refere ao papel da comunicação no contexto da sustentabilidade, a partir das perspectivas apontadas no texto, ou seja, a comunicação da (e para a) sustentabilidade. Daí o interesse em analisar as agências e os seus serviços de comunicação, justamente por atingir as organizações, tanto nas suas políticas como nas suas práticas compromissadas com a comunicação sustentável.



Para construir um mundo melhor e mais sustentável torna-se necessário incorporar novos atores no processo de tomada de decisões, abrir espaço para um debate mais amplo, informar e educar os envolvidos para que se tornem cidadãos em sua plenitude, e assim romper com o modelo econômico vigente que se beneficia com a miséria de muitos e insiste em manter o *status quo*.

REFERÊNCIAS

BACHA, M. L. *Considerações teóricas sobre o conceito de sustentabilidade: uma reflexão sobre elementos conceituais e revisão da literatura*. In: **Comunicação e Sustentabilidade: conceitos, contextos e experiências**. Rio de Janeiro: E-papers, 2010.

BALDISSERA, R. *A comunicação (re)tecendo a cultura da sustentabilidade em sociedades complexas*. In: KUNSCH, M. *A Comunicação na gestão da sustentabilidade das organizações*. São Caetano do Sul: Difusão, 2009.

BOFF, L. **Sustentabilidade: o que é, o que não é**. Petrópolis: Vozes, 2012.

BUENO, W. C. **Comunicação e Sustentabilidade: aproximações e rupturas**. Revista Razon y Palabra. Cidade do México, n. 79, maio/julh. 2012.

CAPRA, F. *Meio Ambiente e Educação*. In: TRIGUEIRO, A. **Meio ambiente no século 21: 21 especialistas falam da questão ambiental nas suas áreas de conhecimento**. Campinas, SP: Armazém do Ipê, 2008.

CMMAD. **Nosso Futuro Comum**. Rio de Janeiro, FGV, 1991.

CORAIOLA, D. M.; SANDER, J. A.; MACALLI, N.; e BULGACOV, S. *Estudo de Caso*. In: **Pesquisa qualitativa em Administração: fundamentos, métodos e usos no Brasil**. São Paulo: Atlas, 2013.

FELDMANN, F. *Meio Ambiente e Consumismo*. In: TRIGUEIRO, A. **Meio ambiente no século 21: 21 especialistas falam da questão ambiental nas suas áreas de conhecimento**. Campinas: Armazém do Ipê, 2008.

GIL, G. *Meio Ambiente e Cultura*. In: TRIGUEIRO, A. **Meio ambiente no século 21: 21 especialistas falam da questão ambiental nas suas áreas de conhecimento**. Campinas, SP: Armazém do Ipê, 2008.

KUNSCH, M. K. **A Comunicação na gestão da sustentabilidade das organizações**. São Caetano do Sul: Difusão, 2009.

_____. **Políticas e estratégias de comunicação na gestão da sustentabilidade nas organizações públicas e privadas: um primeiro olhar**. Manaus: XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2013.

LAYRARGUES, P. P. **A cortina de fumaça: o discurso empresarial verde e a ideologia da racionalidade econômica**. São Paulo: Annablume, 1998.



MOUSINHO, P. *Glossário*. In: TRIGUEIRO, A. **Meio ambiente no século 21**: 21 especialistas falam da questão ambiental nas suas áreas de conhecimento. Campinas, SP: Armazém do Ipê, 2008.

SOARES, A. T. *Comunicação sobre a sustentabilidade organizacional em sociedades complexas*. In: **A Comunicação na gestão da sustentabilidade das organizações**. São Caetano do Sul: Difusão, 2009.

VEIGA, J. E. **Sustentabilidade**: a legitimação de um novo valor. São Paulo, SP: Editora Senac, 2010.

YIN, R. K. **Estudo de caso**: planejamento e métodos. 2 ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.