



**UnB**

Universidade de Brasília  
Faculdade de Comunicação  
Departamento de Comunicação Organizacional

**Comunicação Ambiental: Por onde começar?**  
Guia para Organizações

Isadora Hernandez Cardoso e Silva

Brasília

2023

# **Comunicação Ambiental: Por onde começar?**

Guia para Organizações

Isadora Hernandez Cardoso e Silva

Memorial apresentado à Universidade de Brasília,  
como requisito parcial para obtenção do título de  
Bacharel em Comunicação Organizacional.  
Orientadora: Profa. Dra. Elen Cristina Geraldes

Brasília

2023

## Sumário

<b>Introdução .....</b>	<b>6</b>
<b>1. Referencial Teórico .....</b>	<b>10</b>
<b>2. Percurso Metodológico .....</b>	<b>12</b>
<b>3. Análise .....</b>	<b>17</b>
3.1. Pré-Produção .....	17
3.2. Produção .....	18
3.3. Pós-Produção .....	22
<b>4. Considerações finais .....</b>	<b>23</b>
<b>9. Referências .....</b>	<b>24</b>

## Resumo

A questão ambiental é urgente e impacta todos os seres vivos. Por que as pessoas, organizações e veículos de comunicação parecem não estar tão preocupadas? Este memorial descritivo trata da produção de um guia de comunicação ambiental para organizações, com linguagem acessível e apresentação atraente para motivá-las a tomarem atitudes sustentáveis em consonância com os seus produtos, serviços e procedimentos. Para isso, utilizou-se de fundamentação teórica, revisão bibliográfica e pesquisa documental sobre o tema. A pesquisa demonstrou que a comunicação ambiental nunca foi tão importante e necessária, porém a grande exposição do tema na mídia, em conferências mundiais e na cobrança de investidores aumentou a consciência, mas não necessariamente ações de impacto das instituições. Novas formas de comunicar devem e precisam ser discutidas buscando promover uma mudança de comportamento necessária para preservação da natureza.

**Palavras-chave:** Comunicação Organizacional; Comunicação Ambiental; Guia de comunicação; Cultura organizacional; Meio ambiente.

## **Abstract**

The environmental issue is urgent and impacts all living beings. Why do people, organizations and media seem not to be so concerned? This descriptive memorial deals with the production of an environmental communication guide for organizations that discuss what environmental communication is today, its role and methods. For this, theoretical foundation, bibliographical review and documentary research were used. The research demonstrated that environmental communication has never been so important and necessary, however the great exposure of the theme in the media, world conferences and the demand from ESG investors has increased awareness, but not necessarily impactful actions by institutions. New ways of communicating must be discussed to promote the change in behavior to preserve nature.

**Keywords:** Corporate Communication; Environmental Communication; Communication guide; Organizational Culture; Environment.

## **Agradecimentos**

Ninguém é uma ilha. Consciente de que esse trabalho e tudo o que conquistei em meus anos de graduação não seriam possíveis sem todas as pessoas que passaram por mim, resta-me agradecer.

A Deus, pois nunca estive só. À Universidade de Brasília que me abriu tantas portas, deu-me oportunidades e me permitiu conhecer um mundo de coisas às quais não tinha acesso. Aos meus pais, Vencerlei e Fernando, que sempre proporcionaram as melhores condições para que eu me dedicasse aos estudos. À minha irmã e melhor amiga, Rafaella, que nunca me deixa esquecer quem sou. Ao meu namorado Artur, que esteve ao meu lado lembrando-me de que eu era capaz. A todo o corpo da Faculdade de Comunicação: à equipe de limpeza, segurança e manutenção, à turma da secretaria do curso, aos amigos que fiz e que hoje são profissionais de quem sinto orgulho e ao time de docentes, que compartilham carinhosamente toda experiência e conhecimento conosco, em especial, à Professora Elen Geraldês, que tornou mais leve a conclusão deste trabalho. E por último, ao Ailton Krenak que, com sua visão de mundo, despertou em mim o movimento que originou este texto.

## Introdução

Em 2022, o mundo tem apenas três anos para impedir uma catástrofe climática mundial, segundo o chamado “Relatório do fim do mundo”, do Painel Intergovernamental sobre Mudanças Climáticas (IPCC)<sup>1</sup>. Sendo a questão ambiental tão urgente e de impacto para todos os seres vivos, porque as pessoas, organizações e veículos de comunicação parecem não estar tão preocupadas?

Dentre os maiores pontos de atenção do painel de cientistas estão: o aumento da emissão de gases de efeito estufa (GEEs); a falta de espaço para novas infraestruturas baseadas em combustíveis fósseis; a necessidade de mudanças de comportamento e estilo de vida; o controle da temperatura global e o financiamento climático para a mitigação das problemáticas citadas ficar cada vez maior (MASSON-DELMOTTE et al, 2021). “As decisões que tomamos agora podem garantir um futuro habitável”, diz Hoesung Lee, presidente do IPCC<sup>2</sup>.

Os esforços do Painel não são isolados. A partir dos anos 1970, uma tendência mundial de preocupação com as questões ambientais se fortaleceu, com a emergência de movimentos institucionalizados por acordos, protocolos, conferências e agendas internacionais.

No âmbito das conferências, como por exemplo a de Estocolmo (1972), Eco-92 (1992) e Convenção-Quadro das Nações Unidas sobre Mudança do Clima (UNFCCC) - que deu início às reuniões da Conferência das Partes (COP), Rio +10 (2010) e Rio + 20 (2020), evoluiu-se em princípios para chegar a acordos mundiais. O princípio mais central é o de responsabilidade comum mas diferenciada, mas também existem os de precaução, informação, participação e poluidor-pagador<sup>3</sup>, que direcionam discussões e metas.

Porém, nenhuma das conferências tratou a real causa dos problemas ambientais: o consumo. As necessidades humanas são ilimitadas, por outro lado os recursos são limitados. Além disso, agindo de forma independente, racional e de acordo com interesses próprios, os indivíduos atuam contra os interesses da

---

<sup>1</sup> Disponível em: <https://www.ipcc.ch/report/sixth-assessment-report-cycle/>

<sup>2</sup> Resumo da cerimônia de apresentação do Relatório do IPCC, em 2022. Disponível em: <https://brasil.un.org/pt-br/176755-relatorio-climatico-da-onu-estamos-caminho-do-desastre-alerta-guteres>

<sup>3</sup> O princípio do poluidor-pagador, um dos pilares do direito ambiental moderno, indica ao poluidor, condutor da atividade econômica potencial ou efetivamente degradadora, a obrigação de recuperar e/ou indenizar os danos causados ao meio ambiente. Consolidou-se no Brasil pelo Artigo 4 da Lei nº 6.938 de 31 de Agosto de 1981.

comunidade, esgotando os bens de uso comum. Estão lado a lado a Lei da Escassez e a Teoria da Tragédia dos Comuns. Pontua-se que investir os lucros da exploração em educação ambiental e formas de diversificar/diminuir a exploração dos recursos seria o ideal. Assim, o tema tem sido discutido majoritariamente com base no conceito de sustentabilidade, envolvendo os pilares econômico, social e ambiental. Poucas palavras são tão utilizadas hoje pelos veículos de comunicação e organizações quanto “sustentabilidade” e “sustentável”.

Em sentido lógico, a sustentabilidade é a capacidade de se sustentar, de manutenção. O conceito utilizado atualmente foi expresso na Cúpula Mundial, em 2002 e define-se por “O desenvolvimento sustentável procura a melhoria da qualidade de vida de todos os habitantes do mundo sem aumentar o uso de recursos naturais além da capacidade da Terra.” (MIKHAILOVA, 2004). A ideia de preservação ambiental vem atrelada à suposta necessidade de progresso.

Neste contexto, a comunicação ambiental surge para abarcar ações comunicativas dos principais atores envolvidos na questão - ambientalistas, cientistas, governos, corporações, profissionais de comunicação e cidadãos - e meios por onde circulam as mensagens sobre meio ambiente, segundo conceituação de Robert Cox (AGUIAR, CERQUEIRA, 2012).

Por fim, a solução para problemas ambientais, como as mudanças climáticas ou a poluição, advém de três elementos: a ciência, tecnologias inovadoras e políticas públicas eficazes. Logicamente, a comunicação faz parte da busca por soluções, pois é fundamental para as mudanças de comportamento, cruciais para mudar os rumos da problemática ambiental no planeta. Tenhamos em mente que “As sociedades precisam ser motivadas e capacitadas para adotar as mudanças necessárias” (SHOME, D.; MARX, S, 2016).

### **Pergunta de pesquisa**

A pergunta que norteia o desenvolvimento do produto aqui apresentado é: Como criar um instrumento de comunicação organizacional para mudança da cultura em prol da comunicação ambiental?



## **Objetivo geral**

Elaborar e divulgar um manual de comunicação ambiental com linguagem acessível e apresentação atraente para motivar as organizações a tomarem atitudes sustentáveis em consonância com os seus produtos, serviços e procedimentos.

## **Objetivos Específicos**

1. Conceituar Comunicação Ambiental;
2. Descrever e analisar o cenário da Comunicação Ambiental nas organizações hoje;
3. Apresentar métodos de análise ambiental e análise de Comunicação Ambiental;
4. Discutir dados, métodos e mensagens mais efetivos para realizar Comunicação Ambiental nas organizações;
5. Criar um pequeno glossário de termos de Comunicação Ambiental.

## **Justificativa**

A reflexão acerca de como a comunicação ambiental tem sido utilizada com a finalidade de melhorar a imagem institucional de empresas, praticando até mesmo *greenwashing*, me despertou curiosidade desde que li “Ideias para adiar o fim do mundo (2019)”, de Ailton Krenak. O livro de um dos maiores pensadores indígenas atuais critica a ideia da humanidade como algo separado da natureza. A obra é curta mas impactante, com reflexões que não são comuns na vida de quem sempre viveu no meio urbano, como eu, e provavelmente quem lerá meu produto.

Além desta leitura, minha trajetória em uma organização civil que tem a Comunicação Ambiental como uma de suas frentes na atuação institucional, também influenciou a escolha do meu tema e formato. Perceber como os temas reciclagem, economia circular e Política Nacional de Resíduos Sólidos (PNRS) são tratados por organizações do setor industrial me faz pensar que se pode buscar formas mais efetivas e adequadas ao perfil de cada organização. As empresas possuem um papel importante de discutir o consumo que estimula e promove educação ambiental com a estrutura organizacional que possuem.

No que tange à produção acadêmica de guias de comunicação ambiental, durante leitura sistemática do tema, nota-se que os materiais pensados para a temática possuem foco em gestão de crise, muito atrelada a crimes e desastres ambientais. Há poucos produtos voltados para uma comunicação proativa e que trazem insumos para gestores de comunicação planejarem a comunicação ambiental baseada nas ações da instituição. Os guias existentes servem de referência para este trabalho, porém busca-se aqui um produto voltado para guiar a atuação de quem está dentro das organizações e é cobrado por produzir comunicação sobre meio ambiente.

A comunicação organizacional tem grande contribuição para a reflexão proposta, pois permite visão holística das organizações e conseqüentemente da comunicação promovida por elas, seja com fins ambientais, institucionais ou quaisquer outros.

Por fim, citando Krenak,

Quando, por vezes, me falam em imaginar outro mundo possível, é no sentido de reordenamento das relações e dos espaços, de novos entendimentos sobre como podemos nos relacionar com aquilo que se admite ser a natureza, como se a gente não fosse natureza (KRENAK, 2019, p.45).

justifico esta produção pela necessidade da questão ambiental ser mais central em nossa sociedade, de forma que realmente seja acolhida por todos os indivíduos, organizações e governos.

## **Estrutura do trabalho**

Seguindo a estrutura proposta por Maria Immacolata Lopes em Pesquisa em comunicação (2014), a primeira parte deste memorial apresenta o referencial teórico, com conceitos básicos para este trabalho e quadro de revisão sistemática de bibliografia. A segunda parte descreve o percurso metodológico utilizado, considerando as etapas de observação, descrição e interpretação das metodologias selecionadas. Por fim, a terceira parte contém as considerações finais do memorial, incluindo conclusões e descrições do processo de criação-escrita.

## 1. Referencial Teórico

A nível teórico apresenta-se o histórico e formulação teórica do objeto e o estado de pesquisa do objeto selecionado. Por isso, destacam-se conceitos e teorias fundamentais que envolvem a comunicação ambiental (CA) e os guias de comunicação.

A CA, como campo de estudos, evoluiu em conjunto com os crescentes e internacionais debates sobre meio ambiente e a crítica às visões tradicionais sobre o mundo natural, além de ter evoluído pela incorporação da temática às práticas dos profissionais de comunicação. A década de 1980 marcou, não só a internacionalização do debate sobre meio ambiente e mudança climática, mas também a sucessiva institucionalização do campo de comunicação, com a sistematização das práticas profissionais e a criação de entidades. Já na virada do século o campo acadêmico se consolidou.

**QUADRO 1** - Evolução dos estudos sobre comunicação ambiental

1989	Criação da entidade <i>Environmental Media Association</i> (EUA)
1990	Criação da entidade <i>Society of Environmental Journalists</i> (EUA)
1991	Criação da Conference on Communication and Environment (EUA)
1993	Criação da entidade <i>International Federation of Environmental Journalists</i> (Alemanha)
1994	Criação da <i>Electronic Green Journal</i> (EUA)
1995	Criação da <i>Environmental News Network</i> (EUA)
1995	Início da articulação da <i>Environmental Communication Network</i> (EUA)
2007	Criação da <i>Environmental Communication Journal</i> (Reino Unido)
2011	Criação da <i>International Environmental Communication Association</i> (EUA)

Fonte: Adaptado de AGUIAR, CERQUEIRA (2012, p.14)

A essência conceitual de comunicação ambiental que guiou este trabalho foi a de Robert Cox, que resume a CA como o campo de práticas e pesquisa, que visa abarcar ações comunicativas de protagonistas envolvidos na questão; bem como, meios e situações por onde circulam mensagens associadas a temáticas

ambientais. A comunicação é influente no simbolismo e na construção do imaginário sobre meio ambiente, natureza, impacto ecológico e, por isso, não só o conteúdo como também a forma de abordar o tema, são os divisores de águas.

Em razão disso, a elaboração de um material didático e explicativo sobre CA foi concebido como objeto de estudo. O indivíduo envolvido com educação e comunicação ambiental tem a chance de construir valores favoráveis à tomada de decisão em relação a cuidados, preservação e impacto zero ao meio ambiente, para assim estar motivado em soluções ambientais (DA SILVA, EGIDIO, COLETE, 2022).

Recursos didáticos cumprem um papel de valorizar a comunicação e atrair os atores da questão ecológica - ambientalistas, cientistas, governos, corporações, profissionais de comunicação e cidadãos comuns. A motivação e sensibilização se dão por diversos fatores, e é importante dialogar com os sistemas analítico e experiencial de processamento da mente humana. Buscou-se trabalhar neste projeto o texto e os dados, inclusive a narrativa, associações e recursos visuais.

A formação socioambiental é de extrema importância para o comunicador de hoje, pois precisa pensar o caminho e experiência desde a conscientização até o ímpeto de mudança com quem se comunica. A força da comunicação vem de métodos, ferramentas e produtos didáticos e inovadores, que acompanhem a complexidade das questões do ambiente.

## **2. Percurso metodológico**

Em nível metodológico, demonstra-se o caminho de expressão dos conceitos e teses apresentados a nível teórico, segundo Lopes (2014). A teoria, no caso deste trabalho, estrutura o objeto e possui propósito exploratório por meio de duas técnicas:

- a) revisão bibliográfica;
- b) análise documental.

Em primeiro plano, a revisão bibliográfica foi realizada utilizando fontes confiáveis de busca: Google Acadêmico, Biblioteca Digital da Produção Intelectual Discente da Universidade de Brasília (BDM) e Catálogo de Teses e Dissertações da Capes. As fontes foram consultadas durante a primeira quinzena de novembro de 2022, a partir das palavras chave “Comunicação Ambiental nas Organizações”.

Notou-se na leitura sistemática dos trabalhos encontrados, a partir desta revisão, que o termo chave selecionado gerou muitos resultados referentes a produtos diversos de comunicação e organização, ocorrências de uso da comunicação ambiental na gestão de crise, porém poucos exemplos de guias de CA ou usos da CA de forma proativa pelas organizações. O critério para inclusão ou exclusão dos artigos mapeados na leitura sistemática foi de proximidade com a temática do guia, a fim de coletar informações para fundamentação do material. Dessa forma, uma segunda técnica metodológica foi utilizada.

A revisão bibliográfica sistemática (RS), foi a primeira etapa de concepção do produto, fundamental para criar as bases do trabalho, já que segundo CONFORTO, AMARAL (2011) é uma técnica de grandes contribuições quando há a necessidade de trabalhar grande quantidade de dados, aliada à necessidade de compreender o estado da arte de um assunto, obtendo maior confiabilidade nos resultados da revisão. As limitações da RS notadas durante este trabalho e que podem ter comprometido o resultado final foram: dificuldade de combinar as considerações dos estudos com diferentes metodologias e limitação natural de resultados obtidos a partir da palavra-chave selecionada.

**QUADRO 2 - Principais leituras da revisão bibliográfica**

<b>Título</b>	<b>Autor(a)</b>	<b>Ano de publicação</b>	<b>Área do Conhecimento</b>	<b>Metodologia</b>	<b>Resumo</b>	<b>Conclusões</b>
<a href="#">Comunicação Ambiental como estratégia organizacional</a>	Carlos Roberto de Oliveira	2009	Comunicação. Meio Ambiente. Comunicação Organizacional. Comunicação Ambiental; Gestão Ambiental.	Pesquisa bibliográfica	Evolução da comunicação ambiental nas organizações e contribuições da norma ISO 14063 para comunicação ambiental organizacional.	Quando atendida a norma potencializa a comunicação ambiental da empresa e seus públicos.
<a href="#">O desafio da comunicação ambiental em organizações da sociedade civil ambientalista da microrregião de Porto Seguro - BA</a>	Tais Carolina Lucilio da Silva	2019	Processo comunicativo; comportamento social; movimento ambientalista; mídias digitais; conservação da biodiversidade.	Análise histórica e empírica, Entrevista e Análise de Percepção	Busca entender a construção da comunicação da comunidade ambientalista brasileira, tendo como área de estudo a microrregião de Porto Seguro, considerada pelos ambientalistas uma das regiões mais ricas em biodiversidade do mundo.	Além de informar, a comunicação ambiental local necessita sensibilizar e mobilizar a sociedade, objetivando entender o processo a partir da estratégia organizacional.
<a href="#">Comunicação e educação ambiental: uma análise de conteúdo da revista XXI Ciência para a Vida da Embrapa</a>	Fábio Freitas dos Santos	2017	Educação ambiental; Comunicação ambiental; Revista organizacional.	Pesquisa bibliográfica e documental; Análise de conteúdo	Análise do conteúdo de educação ambiental divulgado pela XXI – Ciência para Vida, revista de divulgação científica publicada pela Embrapa.	A concepção de educação ambiental apresenta a predominância das correntes mais tradicionais e uma visão comportamentalista de meio ambiente, sendo uma concepção tecnicista e alinhada à ideologia da modernização conservadora da agricultura.

<a href="#">Uma análise comunicacion al pós-crise ambiental: reflexões a partir dos casos de Mariana e Brumadinho.</a>	Larissa da Silva Stumpf	2019	Comunicação de massa e meio ambiente; Desastres ambientais; Responsabilidade e ambiental.	Dados do Google Trend e entrevistas	Enfatizar como se divulgou os desastres ambientais de Mariana e Brumadinho no ambiente digital e evidenciar como profissionais de relações públicas perceberam esses desastres.	As empresas buscam por profissionais de comunicação apenas quando ocorre algum erro interno ou externo, mas reforçam que o trabalho do profissional na gestão de crise tende a ser a longo prazo.
<a href="#">Comunicação e sustentabilidade: selos de certificação ambiental como estratégia de comunicação e marketing para o discurso de sustentabilidade de das organizações</a>	Camila Shiratsubaki	2016	Comunicação e meio ambiente; Certificação ambiental; Marketing.	Pesquisa exploratória, Revisão de literatura	Entender a percepção que organizações possuem sobre a utilização de selos de certificação ambiental e como elas têm se apropriado da ferramenta para promover o discurso de caráter sustentável.	Vislumbrar os selos de certificação ambiental, se utilizados devidamente, como peças chave no processo de multiplicar a consciência ambiental.
<a href="#">Comunicação e sustentabilidade: estratégia de marketing ou mudança de paradigma?</a>	Marcus Campos da Silva	2015	Sustentabilidade; Comunicação nas organizações; Responsabilidade e social da empresa.	Pesquisa bibliográfica e estudo de caso	Analisar como as organizações se apropriam do discurso sustentável para obter ganho de imagem, procurando saber se o discurso vem sempre associado a outras ações nesse sentido e que outras ações são essas.	Posicionar-se diante dos públicos como uma organização sustentável, não é uma tarefa de responsabilidade de apenas da área de comunicação, não é só uma questão de marketing.
<a href="#">Análise de imagem institucional: Mineradora Samarco S.A</a>	Victoria dos Santos	2018	Conservação da natureza; Imagem corporativa.	Análise de veículo jornalístico	Análise da imagem organizacional da mineradora Samarco frente a questões ambientais; o contexto que ela	A mineradora não reagiu de forma proativa e responsável como se espera quando a organização está

					está inserida; como é o seu trabalho de Comunicação e como ela consegue gerir cenário de grave crise e dialogar com moradores afetados pelo acidente em Mariana.	enfrentando uma crise.
<a href="#">Blog SOS Ribeirão Sobradinho: divulgação de ações ambientais por meio da comunicação</a>	Neyrilene Raquel de Souza	2020	Comunicação comunitária; Comunicação de massa - responsabilidade social; Preservação ambiental; Sustentabilidade; Mobilização social.	Revisão bibliográfica e criação do blog	Desenvolver um blog para a Associação SOS Ribeirão - Organização Não Governamental (ONG) para mostrar a importância que uma instituição deve dar para a criação de uma ferramenta comunicacional.	É possível observar que ter um blog contribui sim para dar visibilidades às ações de um grupo, pois a partir dele foi perceptível a boa recepção por parte dos colaboradores e das colaboradoras do SOS, além da aceitação do público em geral.
<a href="#">Discutindo a dimensão ambiental na gestão de cooperativas de agricultura familiar: elaboração de um guia orientador</a>	Marília Guimarães de Paiva	2015	Agricultura familiar; Produtores rurais; Cooperativas agrícolas.	Questionário	Material educativo, com orientações claras e significativas para as cooperativas de produtores da agricultura familiar, representa um aspecto importante para o desenvolvimento das atividades comerciais destas organizações frente ao meio ambiente e o desenvolvimento rural.	Auxiliar as práticas produtivas dos cooperados, ajudando a produzir, respeitando e conservando a natureza de modo integrado.

Fonte: Compilação da autora, 2023.



A segunda técnica empregada foi a análise documental, muito utilizada em pesquisas qualitativas. Os documentos, elementos utilizados para consulta material, revelam concepções explícitas e subjetivas sobre o objeto de estudo. Esta pesquisa documental analisou alguns documentos de teor similar ao produto final, o guia de comunicação. Portanto, o procedimento de análise deu-se em algumas etapas: definição dos documentos de interesse; definição do conteúdo e formato a serem analisados; leitura e interpretação do conteúdo e formato dos documentos selecionados; absorção de referências para a produção do produto final deste trabalho.

Esta segunda técnica aplicada possibilita a coleta concreta de referências e o trabalho de pesquisa em qualquer localidade, sem grande custo. Os documentos foram comprados online e possibilitaram análise diversa das seguintes obras: Manual de comunicação e meio ambiente (2004), A comunicação das mudanças climáticas – Um guia para cientistas, jornalistas, educadores, políticos e demais interessados (2016), Meio Ambiente - E eu com isso? (2019) e Homo Integralis: Uma nova história possível para a humanidade (2021).

Ambas as técnicas selecionadas contribuíram para alcançar os objetivos traçados para o presente trabalho.

### **3. Análise**

Com o suporte do referencial teórico e percurso metodológico traçado, o presente capítulo descreve as etapas de criação do guia de comunicação ambiental, bem como, as dificuldades apreendidas no processo. O guia pode ser lido [aqui](#).

#### **3.1. Pré-produção**

A fase de pré-produção do guia foi de planejamento do projeto, criação do cronograma e busca de referências e inspirações, que ocorreram durante o mês de novembro de 2022. Um bom planejamento permite a execução do que foi delineado conforme a realidade, considerando ajustes e problemas no caminho. Por isso, considera-se que nesta etapa, em que foi realizado um cronograma de trás para frente, mais tempo deveria ter sido considerado para a produção do trabalho. O mês também foi marcado pela realização da COP 27, no Egito, que deixou o tema em evidência nos veículos de mídia e proporcionou uma imersão na temática.

Dada a complexidade e para propor um guia adequado ao público, o período de preparação foi dedicado a leituras de outros guias, manuais, livros e revistas, que visam abordar a questão do meio ambiente de forma leve e atual. Os materiais utilizados como inspiração vão desde publicações produzidas por organizações sem fins lucrativos, centros de pesquisa, ativistas e comunicadores. Isso permitiu que a autora mapeasse formatos, abordagens e estéticas diferentes em materiais similares ou de mesmo propósito: chamar atenção para a necessidade de discutir meio ambiente.

Após essa etapa, foram listadas instituições e profissionais de comunicação e meio ambiente que pudessem dar um depoimento ou compartilhar um case, relatos esses que seriam agregados aos capítulos do guia. O contato com os nomes listados se deu utilizando-se questionários com perguntas específicas, sugeridas pela autora, e uma carta de apresentação do acadêmico pesquisador, porém, dentre 10 solicitações, somente 2 fontes retornaram, justificando indisponibilidade no momento. A possibilidade de incluir trechos da entrevista no guia foram descartados na fase de produção, devido à falta de tempo para inserir nesta primeira edição do guia.

Neste momento também iniciou-se o trabalho do projeto gráfico do guia, em conjunto com uma profissional de comunicação contratada para diagramar o

material, Isabela Braga. Referências visuais foram reunidas, estabelecendo assim o estilo a ser utilizado no produto.

**Figura 1** - Quadro de referências visuais



Fonte: Compilação de Isabela Braga, 2022.<sup>4</sup>

### 3.2. Produção

A fase de escrita do guia foi desafiante porque depende de equilibrar informações de comunicação e gestão ambiental em linguagem acessível e em uma ordem coerente.

#### Conteúdo

Ao todo, o guia é composto de 9 capítulos. O prefácio, escrito pela própria autora, chama atenção para a urgência de utilizar a comunicação em favor da questão ambiental e resume o caminho pelo qual o guia percorre. O primeiro capítulo, “Para se localizar no mundo da Comunicação Ambiental”, traz o histórico da internacionalização do debate sobre a proteção do meio ambiente e como a discussão mundial influenciou a comunicação. O segundo capítulo, “Afinal, o que é essa tal comunicação ambiental?”, traz um apanhado sobre o que é a CA, suas características e reflexões sobre seu papel. O terceiro capítulo, “Bê-a-bá da Comunicação Ambiental”, aponta as bases da CA, por meio da norma técnica ISO

<sup>4</sup> Montagem a partir de imagens coletadas nos sites Behance e Pinterest.

14063. No quarto capítulo, “Gestão ambiental: sua organização está no sinal vermelho, amarelo ou verde?”, o leitor é instigado a voltar-se para a questão ambiental dentro da organização em que está inserido.

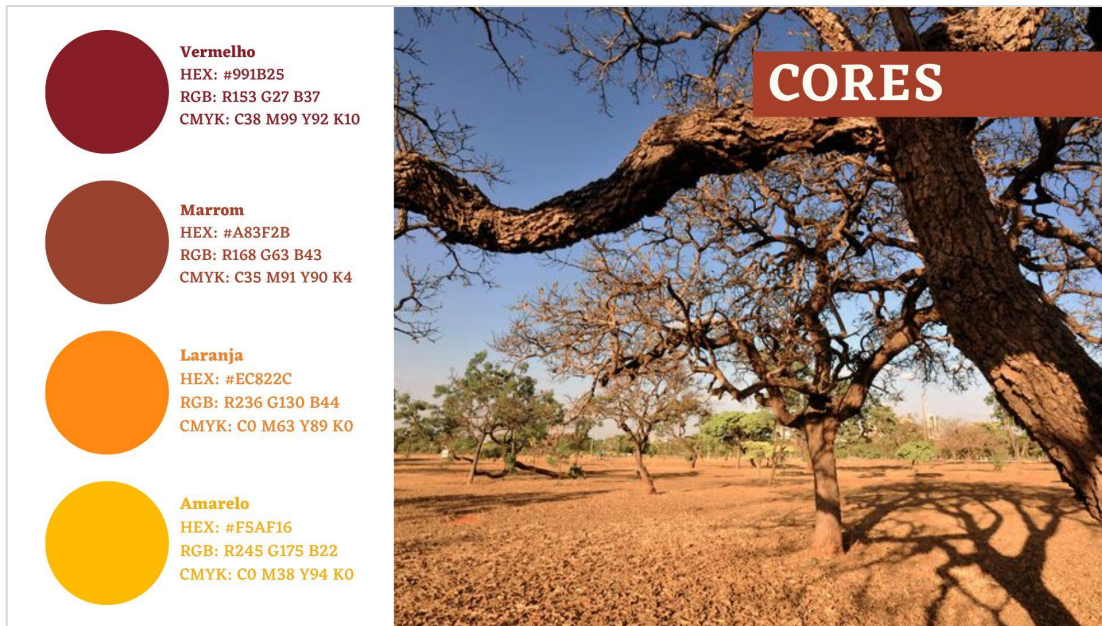
O quinto capítulo “Existe verde na comunicação organizacional?”, aborda pontos a serem diagnosticados na comunicação organizacional. O sexto capítulo, “Na prática: Como comunicar de acordo com as metas e ações da organização?”, alia o diagnóstico organizacional e de comunicação para que a CA seja construída com base na realidade de cada instituição. O sétimo capítulo, “Acho que estou no caminho certo, mas como medir?” visa indicar instrumentos de avaliação em comunicação. Por fim, o oitavo e nono capítulos são de considerações finais, com um breve resumo do guia, e o glossário legendando termos em alta no campo da sustentabilidade.

Além da escrita, durante os meses de dezembro e janeiro de 2022, iniciou-se também a diagramação do guia. Optou-se por um material com as dimensões mais comuns para livros, 140 x 210 mm, visando facilitar as formas impressa e online. O material escolhido para impressão e acabamento do guia foram: capa em papel couché fosco certificado FSC 300g/m<sup>2</sup> em 4x0 cores; laminação em BOPP fresca; miolo em papel avena LD FSC 80g/m<sup>2</sup> em 4x4 cores; colagem hot melt (digital) refilado, empacotado.

### **Escolhas estéticas**

As tradicionais cores verde e azul foram descartadas para representar o meio ambiente visualmente, optando-se pela utilização de uma paleta de cores que remete aos tons presentes no cerrado, segundo maior bioma brasileiro, que sofre com desafios de conservação devido ao desmatamento e que é o bioma em que a autora reside.

**Figura 2 - Paleta de cores**



Fonte: Isabela Braga, 2022.

As figuras que compõem a identidade do projeto serão aplicadas na capa, contracapa, bem como, as capas dos capítulos, representando formas orgânicas, que remetem aos elementos naturais, animais e humanos.

**Figura 3 - Quadro de formas de referência**



Fonte: Isabela Braga, 2022.

Já as escolhas tipográficas foram pensadas para trazer didática e leveza ao tema abordado no guia, permitindo também fácil leitura por meio da serifa.

Figura 4 - Fontes tipográficas do projeto



Fonte: Isabela Braga, 2022.

A elaboração do projeto gráfico, concomitantemente à escrita do guia, possibilitou grande conexão entre a linguagem verbal e não verbal. O visual desenvolvido é de extrema importância para dar suporte ao texto, chamar a atenção do leitor e facilitar sua leitura no decorrer dos capítulos, inclusive utilizando-se de infográficos. Ao final da produção o resultado foi muito satisfatório.

Figura 4 - Capa e contracapa do guia



Fonte: Isabela Braga, 2022.

### 3.3. Pós-Produção

A pós-produção compreendeu a impressão de 04 unidades do guia para teste, pagamento da diagramação e impressão, além de apresentação do material para pares.

### Orçamento

A impressão do guia foi executada em uma gráfica de confiança cuja certificação FSC atesta que o papel utilizado provém de uma área manejada e ecologicamente correta. O valor da impressão foi de R\$376,00, acrescido de R\$500,00 do serviço de diagramação, totalizando um custo final de R\$876,00 para confecção do piloto desse projeto. A revisão ortográfica, gramatical e interpretativa não teve custo, foi realizada gratuitamente pelo pai da autora.

### Cronograma

	Novembro	Dezembro	Janeiro	Fevereiro
Definição de objetivos	X			
Revisão bibliográfica	X			
Análise documental	X	X		
Pré produção	X			
Produção		X		
Pós produção			X	
Redação e revisão do memorial	X		X	
Apresentação, defesa e entrega trabalho				X

### Feedbacks

Por fim, o arquivo digital do guia foi compartilhado com gestores de comunicação experientes e especialistas em sustentabilidade, buscando um parecer profissional sobre o guia. Os feedbacks poderão ser utilizados em futuras edições do material.

## **Considerações finais**

Tendo em vista a urgência da questão climática e o papel da comunicação na mudança de comportamento de uma sociedade, conclui-se que a comunicação ambiental nunca foi tão importante e necessária quanto o momento presente. A grande exposição do tema na mídia, em conferências mundiais e na cobrança de investidores aumentou a consciência, mas não necessariamente ações de impacto das organizações. Nota-se também o despreparo de comunicadores organizacionais ao incluir a pauta em seus posicionamentos de forma verdadeira e antecipatória, pois muitas vezes o tema está associado a estratégias de gestão de crise ou desassociado da prática da instituição.

Propor um guia completo e ao mesmo tempo direto, utilizar uma linguagem simples e envolvente, construir um visual atrativo e original, foram alguns dos desafios do trabalho. Além disso, uma das dificuldades foi saber se de fato o guia tem aplicabilidade dentro das organizações. Por outro lado, foi uma grande conquista propor um produto que resuma os insumos que um comunicador necessita para lidar com a questão ambiental, equilibrando as duas temáticas.

Os objetivos específico e gerais desta pesquisa foram alcançados com o trabalho e espera-se futuramente poder testar a aplicação do material no ambiente organizacional, como por exemplo com a apresentação do guia em instituições de diferentes atuações e acompanhamento de sua utilização por gestores de comunicação, além de análise de comunicação da organização, antes e depois da exposição do guia.

A revisão bibliográfica e análise documental mostraram que há espaço para a criação de métodos e instrumentos mais didáticos de educação organizacional, comunicação e motivação de grupos sobre a questão ambiental.



## Referências

AGUIAR, Sonia; CERQUEIRA, Jean Fábio. **Comunicação ambiental como campo de práticas e de estudos**. Comunicação & Inovação, v. 13, n. 24, 2012. Disponível em:

<[http://www.seer.uscs.edu.br/index.php/revista\\_comunicacao\\_inovacao/article/view/1474](http://www.seer.uscs.edu.br/index.php/revista_comunicacao_inovacao/article/view/1474)>. Acesso em 26/11/2023.

CONFORTO, Edivandro Carlos; AMARAL, Daniel Capaldo; SILVA, SL da. **Roteiro para revisão bibliográfica sistemática: aplicação no desenvolvimento de produtos e gerenciamento de projetos**. Trabalho apresentado, v. 8, 2011. Disponível em:

<[https://www.researchgate.net/profile/Edivandro-Conforto/publication/267380020\\_Roteiro\\_para\\_Revisao\\_Bibliografica\\_Sistemtica\\_Aplicacao\\_no\\_Deenvolvimento\\_de\\_Produtos\\_e\\_Gerenciamento\\_de\\_Projetos/links/585c18ef08aebf17d386967e/Roteiro-para-Revisao-Bibliografica-Sistemtica-Aplicacao-no-Desenvolvimento-de-Produto-e-Gerenciamento-de-Projetos.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Edivandro-Conforto/publication/267380020_Roteiro_para_Revisao_Bibliografica_Sistemtica_Aplicacao_no_Deenvolvimento_de_Produtos_e_Gerenciamento_de_Projetos/links/585c18ef08aebf17d386967e/Roteiro-para-Revisao-Bibliografica-Sistemtica-Aplicacao-no-Desenvolvimento-de-Produto-e-Gerenciamento-de-Projetos.pdf)>. Acesso em 16/01/2023.

DA SILVA, Geiza Santos; EGIDIO, Jonatha Anderson Fraga; COLETE, Claudia Caixeta Franco Andrade. **Educação e Meio Ambiente: um estudo bibliográfico sobre recursos didáticos**. Revista Brasileira de Educação Ambiental (RevBEA), v. 17, n. 5, p. 54-64, 2022. Disponível em: <<https://periodicos.unifesp.br/index.php/revbea/article/view/14026/10030>>. Acesso em 16/01/2023.

KRENAK, Ailton. **Ideias para adiar o fim do mundo** (Nova edição). Editora Companhia das Letras, 2019.

LOPES, Maria Immacolata Vassallo de. **Pesquisa em comunicação**. 2014.

MIKHAILOVA, Irina. **Sustentabilidade: evolução dos conceitos teóricos e os problemas da mensuração prática**. Economia e Desenvolvimento, 2004.

Disponível em: <<https://periodicos.ufsm.br/eed/article/view/3442>>. Acesso em 28/11/2023.

MASSON-DELMOTTE, V., P. ZHAI, A. PIRANI, S. L. CONNORS, C. PÉAN, S. BERGER, N. CAUD, Y. CHEN, L. GOLDFARB, M. I. GOMIS, M. HUANG, K. LEITZELL, E. LONNOY, J.B.R. MATTHEWS, T. K. MAYCOCK, T. WATERFIELD, O. YELEKÇI, R. YU AND B. ZHOU (Eds). **Climate Change 2021: The Physical Science Basis. Contribution of Working Group I to the Sixth Assessment Report of the Intergovernmental Panel on Climate Change**. Cambridge University Press, 2021, 41 pp. Disponível em: <<https://www.ipcc.ch/report/ar6/wg1/>>. Acesso em 20/11/2022.

SHOME, D.; MARX, S. **A comunicação das mudanças climáticas—Um guia para cientistas, jornalistas, educadores, políticos e demais interessados**. Centro de Pesquisas sobre Decisões Ambientais (CRED), 2016.