



**IV ENCUENTRO
COMUNICACIÓN
CAMBIO CLIMÁTICO
Y AGENDA 2030** *Escuchar a la
naturaleza
conversar
sobre
sostenibilidad*
9 Y 10 DE OCTUBRE 2024
EVENTO VIRTUAL

Memorias / Memórias

COORDINACIÓN / COORDENAÇÃO

Andréia Athaydes, Universidad Federal de Santa María, Brasil
Maria L. Pachêco Oliveira, Universidad Federal da Paraíba, Brasil
Ana Almansa-Martínez, Universidad de Málaga, España
Alejandro Álvarez-Nobell, Universidad de Málaga, España
Griselda Guillén, Universidad Autónoma, Baja California, México
Mónica Arzuaga-Williams, Universidad Católica del Uruguay

Cómo citar:

Red Latinoamericana de Investigación en Comunicación Organizacional (RedLAco). (2024). *Memorias del IV Encuentro de la Red Latinoamericana de Investigación en Comunicación Organizacional (RedLAco): Comunicación, cambio climático y Agenda 2030: Escuchar la naturaleza, conversar sobre sostenibilidad*. Universidad Católica del Uruguay. <https://redlaco.org/publicaciones/>



MANIFIESTO RedLAcO 2024

Comunicación, cambio climático y Agenda 2030: Escuchar la naturaleza, conversar sobre sostenibilidad

En el marco del IV Encuentro de la Red Latinoamericana de Investigación en Comunicación Organizacional (RedLAcO), desarrollado de forma virtual los días 9 y 10 de octubre de 2024, y tras el intercambio de saberes entre investigadoras/es, docentes, profesionales y estudiantes de posgrado de América Latina y otras regiones, compartimos este Manifiesto como una construcción colectiva que sintetiza los aprendizajes, debates y propuestas surgidas de los tres ejes de trabajo.

EJE A — Responsabilidad de la comunicación organizacional con los ODS

1. *Las instituciones educativas, especialmente las universidades, tienen un rol clave en la formación crítica de ciudadanías comprometidas con los ODS, promoviendo una cultura de sostenibilidad transversal a todas las disciplinas.*
2. *La colaboración intersectorial entre instituciones públicas, privadas y sociales es esencial para avanzar en la Agenda 2030; la comunicación debe facilitar estos puentes y traducir compromisos en acciones concretas.*
3. *Las tecnologías digitales y la inteligencia artificial deben ser aliadas para el monitoreo, la participación y la difusión de los ODS, especialmente en contextos de emergencia climática.*
4. *Las y los profesionales de la comunicación organizacional son agentes estratégicos para promover la cultura de sostenibilidad, liderar campañas de sensibilización y gestionar la comunicación en situaciones de crisis.*
5. *La comunicación organizacional debe abordar los ODS de forma integral, incluyendo dimensiones sociales como la equidad, la inclusión y la justicia intergeneracional, más allá de lo ambiental.*
6. *Es indispensable fortalecer la capacidad crítica de quienes comunican, para que no solo difundan información, sino que contribuyan a evaluar impactos, monitorear procesos y promover transformaciones.*
7. *La gestión de crisis ante desastres naturales debe contemplar estrategias comunicacionales efectivas, empáticas y adaptadas a los públicos, como respuesta al incremento de eventos derivados del cambio climático.*



8. *La evaluación de las acciones comunicacionales vinculadas a los ODS es clave para mejorar su efectividad y generar aprendizajes institucionales.*
9. *La ética comunicacional debe estar al centro de toda estrategia sobre sostenibilidad, promoviendo la transparencia, la escucha activa y el diálogo con múltiples actores.*
10. *Urge generar marcos de formación profesional en comunicación que integren los ODS desde una perspectiva crítica, interseccional y aplicada al contexto latinoamericano.*

EJE B — Comunicar el cambio climático

1. *RedLaco debe sostener un frente permanente de investigación, comunicación y movilización sobre el cambio climático, como desafío urgente y estructural en la región.*
2. *Es clave traducir la complejidad del cambio climático en mensajes accesibles, conectando las decisiones globales con las experiencias y necesidades locales de las comunidades.*
3. *La comunicación debe adoptar un enfoque esperanzador, que promueva la participación activa de personas, organizaciones y gobiernos en la búsqueda de soluciones conjuntas.*
4. *Es fundamental impulsar estrategias de comunicación que combatan la desinformación y las fake news sobre el cambio climático, incorporando enfoques pedagógicos y mediáticos alternativos.*
5. *Se necesita interpelar a los gobiernos para que asuman un rol más activo en la gestión pública de la comunicación climática, incluyendo políticas públicas y campañas oficiales basadas en evidencia.*
6. *La comunicación sobre cambio climático debe mostrar sus vínculos con la justicia social, reconociendo cómo afecta de forma desigual a distintos grupos sociales.*
7. *Es urgente formar comunicadores/as capaces de liderar procesos de incidencia pública, diálogo político y pedagogía social sobre temas climáticos.*
8. *Las narrativas sobre cambio climático deben ser interculturales, inclusivas y arraigadas en el territorio, recuperando saberes tradicionales y lenguajes locales.*
9. *La comunicación de cambio climática requiere entrenamiento, sensibilidad y protocolos organizacionales claros, para actuar con rapidez, rigor y humanidad.*



10. *Promover una ética comunicacional que ponga la vida en el centro es condición para encarar la emergencia climática con compromiso y responsabilidad.*

EJE C — Sostenibilidad, poblaciones y territorialidades

11. *Reconocer la diversidad bioregional como principio para una comunicación sostenible que respete las identidades, los saberes y las dinámicas de cada territorio.*
12. *Promover la participación ciudadana a través de narrativas territoriales auténticas que refuercen el sentido de pertenencia y empoderen a las comunidades.*
13. *Potenciar redes de solidaridad y participación frente a la crisis climática como estrategia de resistencia y regeneración desde lo colectivo.*
14. *Integrar la comunicación como eje central del desarrollo de territorios creativos y sostenibles, articulando cultura, economía y comunidad.*
15. *Adoptar una lógica de gestión biocéntrica en la comunicación organizacional, priorizando el cuidado de la vida, la regeneración y el bienestar común.*
16. *Fortalecer la comunicación como herramienta de cohesión social, que potencie la gobernanza territorial e incluya saberes ancestrales y prácticas comunitarias.*
17. *Comprometerse con una comunicación inclusiva que reconozca y visibilice el protagonismo de mujeres, juventudes, comunidades racializadas y diversidades.*
18. *Explorar nuevas categorías epistemológicas como “comunalidad”, “bioregiones” o “ontología del desarrollo sustentable” para repensar el sentido de la comunicación organizacional en América Latina.*
19. *Repensar el rol de las universidades como aliadas en la transformación social, desde un compromiso con la justicia epistémica, el reconocimiento de violencias institucionales y la promoción de una ecología de saberes.*
20. *Documentar y visibilizar experiencias de comunicación organizacional desde procesos comunitarios, como forma de validar alternativas reales al modelo hegemónico de desarrollo.*



MANIFESTO RedLAcO 2024

Comunicação, Mudança Climática e Agenda 2030: Escuchar la naturaleza, conversar sobre solidez

No âmbito do IV Encontro da Rede Latino-Americana de Pesquisa em Comunicação Organizacional (RedLAcO), realizado virtualmente nos dias 9 e 10 de outubro de 2024, e após a troca de conhecimento entre pesquisadores, docentes, profissionais e estudantes de pós-graduação da América Latina e de outras regiões, compartilhamos este Manifesto como uma construção coletiva que sintetiza os aprendizados, debates e propostas decorrentes dos três eixos de trabalho.

EIXO A — Responsabilidade pela comunicação organizacional com os ODS

- 1. As instituições educacionais, especialmente as universidades, desempenham um papel fundamental no desenvolvimento crítico de cidadãos comprometidos com os ODS, promovendo uma cultura de sustentabilidade em todas as disciplinas.*
- 2. A colaboração intersetorial entre instituições públicas, privadas e sociais é essencial para avançar na Agenda 2030; A comunicação deve facilitar essas pontes e traduzir compromissos em ações concretas.*
- 3. As tecnologias digitais e a inteligência artificial devem ser aliadas para monitorar, participar e disseminar os ODS, especialmente no contexto de emergências climáticas.*
- 4. Profissionais de comunicação organizacional são agentes estratégicos para promover uma cultura de sustentabilidade, liderar campanhas de conscientização e gerenciar a comunicação em situações de crise.*
- 5. A comunicação organizacional deve abordar os ODS de forma abrangente, incluindo dimensões sociais como equidade, inclusão e justiça intergeracional, além de considerações ambientais.*
- 6. É fundamental fortalecer a capacidade crítica de quem comunica, para que não apenas dissemine informações, mas também contribua para avaliar impactos, monitorar processos e promover transformações.*
- 7. A gestão de crises diante de desastres naturais deve incluir estratégias de comunicação eficazes, empáticas e amigáveis ao público em resposta ao aumento de eventos decorrentes das mudanças climáticas.*
- 8. Avaliar ações de comunicação vinculadas aos ODS é fundamental para melhorar sua eficácia e gerar aprendizado institucional.*



9. *A ética da comunicação deve estar no centro de qualquer estratégia de sustentabilidade, promovendo transparência, escuta ativa e diálogo com diversas partes interessadas.*
10. *É urgente desenvolver marcos de formação profissional em comunicação que integrem os ODS a partir de uma perspectiva crítica e interseccional aplicada ao contexto latino-americano.*

EIXO B — Comunicar as alterações climáticas

1. *A RedLAcO deve manter uma frente permanente de pesquisa, comunicação e mobilização sobre as mudanças climáticas, como um desafio urgente e estrutural na região.*
2. *É fundamental traduzir a complexidade das mudanças climáticas em mensagens acessíveis, conectando decisões globais com as experiências e necessidades locais das comunidades.*
3. *A comunicação deve adotar uma abordagem esperançosa, promovendo a participação ativa de indivíduos, organizações e governos na busca de soluções conjuntas.*
4. *É essencial promover estratégias de comunicação que combatam a desinformação e as notícias falsas sobre as mudanças climáticas, incorporando abordagens pedagógicas e midiáticas alternativas.*
5. *Os governos precisam ser desafiados a assumir um papel mais ativo na gestão pública da comunicação climática, incluindo políticas públicas baseadas em evidências e campanhas oficiais.*
6. *A comunicação sobre as mudanças climáticas deve demonstrar suas ligações com a justiça social, reconhecendo como elas afetam de forma desigual diferentes grupos sociais.*
7. *É urgente formar comunicadores capazes de liderar a advocacia pública, o diálogo político e a educação social sobre questões climáticas.*
8. *As narrativas sobre mudanças climáticas devem ser interculturais, inclusivas e enraizadas no contexto local, reforçando o conhecimento tradicional e as línguas locais.*
9. *A comunicação sobre mudanças climáticas exige treinamento, sensibilidade e protocolos organizacionais claros para agir de forma rápida, rigorosa e humana.*
10. *Promover uma ética de comunicação que coloque a vida no centro é essencial para abordar a emergência climática com comprometimento e responsabilidade.*



EIXO C — Sustentabilidade, populações e territorialidades

1. *Reconhecer a diversidade biorregional como princípio para uma comunicação sustentável que respeite as identidades, os conhecimentos e as dinâmicas de cada território.*
2. *Promover a participação dos cidadãos por meio de narrativas territoriais autênticas que reforcem o senso de pertencimento e fortaleçam as comunidades.*
3. *Fortalecer redes de solidariedade e participação diante da crise climática como estratégia de resistência e regeneração coletiva.*
4. *Integrar a comunicação como eixo central para o desenvolvimento de territórios criativos e sustentáveis, vinculando cultura, economia e comunidade.*
5. *Adotar uma lógica de gestão biocêntrica na comunicação organizacional, priorizando o cuidado com a vida, a regeneração e o bem-estar comum.*
6. *Fortalecer a comunicação como ferramenta de coesão social, aprimorando a governança territorial e incorporando conhecimentos ancestrais e práticas comunitárias.*
7. *Comprometa-se com uma comunicação inclusiva que reconheça e destaque o papel das mulheres, dos jovens, das comunidades racializadas e das comunidades diversas.*
8. *Explore novas categorias epistemológicas como "comunalidade", "biorregiões" e "ontologia do desenvolvimento sustentável" para repensar o significado da comunicação organizacional na América Latina.*
9. *Repensar o papel das universidades como aliadas na transformação social, com base no compromisso com a justiça epistêmica, no reconhecimento da violência institucional e na promoção de uma ecologia do conhecimento.*
10. *Documentar e mostrar experiências de comunicação organizacional a partir de processos baseados na comunidade como forma de validar alternativas reais ao modelo de desenvolvimento hegemônico.*



**Cuarto Encuentro de la Red Latinoamericana de
Investigación en Comunicación Organizacional
(RedLAcO)**

***“Comunicación, Cambio Climático y
Agenda 2030: Escuchar la naturaleza,
conversar sobre sostenibilidad”***

PRESENTACIÓN

En el XIV Congreso ALAIC 2018, en Costa Rica, realizamos el encuentro *Escuchando nuestras voces: Perspectivas latinoamericanas en comunicación organizacional* en el que un grupo de cuarenta personas investigadoras de toda América Latina reflexionamos sobre los avances y las proyecciones futuras de la comunicación organizacional. Como resultado, formamos la Red Latinoamericana de Investigación en Comunicación Organizacional (RedLAcO). En 2020, realizamos un segundo encuentro *Escuchando nuestro entorno en América Latina: comunicación en y de la organización en tiempos turbulentos* y en 2022, nuestro tercer encuentro *Escuchando lo silenciado: Explorar y aprender con las poblaciones, organizaciones y problemáticas invisibilizadas*.

Este cuarto Encuentro tiene el objetivo de generar diálogo, crear conocimiento compartido y construir relaciones de colaboración entre investigadores, docentes, profesionales y estudiantes de posgrado latinoamericanos, estudiosos de la comunicación organizacional, sobre las temáticas propuestas en los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), el cambio climático y la territorialidad.

La Agenda 2030 de las Naciones Unidas es un acuerdo ambicioso que involucra a todos los actores de la sociedad y genera tensiones entre intereses públicos y privados, económicos, sociales y ambientales. Empresas, organizaciones públicas, movimientos sociales organizados asumen el liderazgo y buscan resolver las contradicciones y brechas en información, conocimiento y acciones al mismo tiempo que procuran revertir los impactos que ya hemos generado en nuestro planeta. Para hacer frente a estos desafíos e impulsar la transformación de nuestras sociedades se requiere una comunicación ética, responsable y comprometida.

**Quarto Encontro da Red Latinoamericana de
Investigação em Comunicação Organizacional
(RedLAcO)**

***“Comunicação, Mudança Climática e
Agenda 2030: Escuchar la naturaleza,
conversar sobre solidez”***

APRESENTAÇÃO

No XIV Congresso ALAIC 2018, na Costa Rica, realizamos o encontro *Ouvindo Nossas Vozes: Perspectivas LatinoAmericanas em Comunicação Organizacional*, no qual um grupo de quarenta pesquisadores de toda a América Latina refletiu sobre os avanços e projeções futuras da comunicação organizacional. Como resultado, formamos a Rede Latino-Americana de Pesquisa em Comunicação Organizacional (RedLAcO). Em 2020, realizamos o segundo encontro *Escutando nosso ambiente na América Latina: comunicação na e pela organização em tempos turbulentos* e em 2022, nosso terceiro encontro *Ouvindo os Silenciados: Explorando e Aprendendo com Populações, Organizações e Questões Invisíveis*.

Este quarto encontro tem como objetivo gerar diálogo, criar conhecimento compartilhado e construir relações colaborativas entre pesquisadores, professores, profissionais e estudantes de pós-graduação latinoamericanos, estudiosos da comunicação organizacional sobre os temas propostos nos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), mudanças climáticas e territorialidade.

A Agenda 2030 das Nações Unidas é um acordo ambicioso que envolve todos os atores da sociedade e gera tensões entre interesses públicos e privados, econômicos, sociais e ambientais. Empresas, organizações públicas e movimentos sociais organizados assumem a liderança e buscam resolver as contradições e lacunas de informação, conhecimento e ações, ao mesmo tempo em que buscam reverter os impactos que já geramos em nosso planeta. Para enfrentar esses desafios e impulsionar a transformação de nossas sociedades, é necessária uma comunicação ética, responsável e comprometida.



EJES TEMÁTICOS

A) Responsabilidad de la comunicación organizacional con los ODS.

- Integración estratégica de los ODS en la comunicación organizacional.
- Comunicación transparente y rendición de cuentas en el contexto de los ODS.
- Innovación en comunicación para la concientización sobre los ODS.
- Desafíos éticos en la comunicación de los ODS.
- Medición y evaluación del impacto de la comunicación en la sostenibilidad.

B) Comunicar el cambio climático.

- Narrativas, desinformación y alfabetismo informativo frente al cambio climático.
- Estrategias y tácticas de comunicación para el cambio climático.
- Innovación tecnológica y comunicación ambiental.
- Participación ciudadana, activismo y movilización social.
- Ética y responsabilidad en la comunicación climática.

C) Sostenibilidad, poblaciones y territorialidades.

- Sostenibilidad, bioregiones y dinámicas demográficas.
- Territorios, fronteras (físicas y virtuales) y relaciones sociales.
- Empoderamiento para la sostenibilidad urbana y rural.
- Participación comunitaria y desarrollo sostenible.
- Innovación y tecnologías sostenibles en territorios específicos.

EIXOS TEMÁTICOS

A) Responsabilidade da comunicação organizacional com os ODS.

- Integração estratégica dos ODS na comunicação organizacional.
- Comunicação transparente e prestação de contas no contexto dos ODS.
- Inovação em comunicação para conscientização dos ODS.
- Desafios éticos na comunicação dos ODS.
- Mensuração e avaliação do impacto da comunicação na sustentabilidade.

B) Comunicar as mudanças climáticas.

- Narrativas, desinformação e literacia informacional face às alterações climáticas.
- Estratégias e táticas de comunicação para as mudanças climáticas.
- Inovação tecnológica e comunicação ambiental.
- Participação cidadã, ativismo e mobilização social.
- Ética e responsabilidade na comunicação climática.

C) Sustentabilidade, populações e territorialidades.

- Sustentabilidade, biorregiões e dinâmica demográfica.
- Territórios, fronteiras (físicas e virtuais) e relações sociais.
- Empoderamento para a sustentabilidade urbana e rural.
- Participação comunitária e desenvolvimento sustentável.
- Inovação e tecnologias sustentáveis em territórios específicos.



PROGRAMA

Miércoles 9 de octubre

12:00 – 12:15 Bienvenida del Dr. Flavi Ferreira Lisboa Filho, Pró-Reitor de Extensão, Universidade Federal de Santa Maria (Brasil).

12:15 – 13:15 Conversatorio *“Comunicación, mujer y cambio climático: de la voz a la acción”* con la Dra. Amanda B. Clinton (Global Psychology Alliance), MBA. Andrea de Lima (Universidad Hebrea de Jerusalén, Israel) y MA. Cilena Marcondes (Universidad de San Pablo, Brasil).

Moderan: Dra. Maria Livia Pachêco de Oliveira (Universidade Federal da Paraíba, Brasil) y Dra. Andréia Athaydes (Universidade Federal de Santa Maria, Brasil).

13:15 – 13:30 Corte

13:30 – 14:15 Reuniones por eje

Eje A. Responsabilidad de la comunicación organizacional con los ODS. Coordinan: Dra. Ana Almansa (Universidad de Málaga, España), Dra. Claudia Labarca (Pontificia Universidad Católica de Chile) y Dr. André Quiroga (Universidade Federal de Ouro Preto, Brasil)

Eje B. Comunicar el cambio climático. Coordinan: Dra. Maria Livia Pachêco (Universidade Federal da Paraíba, Brasil) y Mag. Gabriela Pagani (Universidad del Salvador, Argentina).

Eje C. Sostenibilidad, poblaciones y territorialidades. Coordinan: Dr. Alejandro Álvarez Nobell (Universidad de Málaga, España) y Dra. Andréia Athaydes (Universidade Federal de Santa Maria, Brasil)

14:15 – 14:45 Resultados del Concurso de Fotografía Mujer y cambio climático

14:45 - 15:30 Asamblea General de RedLaco.

Modera: Dra. Consuelo Vásquez (Université du Québec à Montréal, Canadá)

Jueves 10 de octubre de 2024

12:00 – 12:15 Saludo

12:15 – 13:15 Presentación de ponencias de las Mesas 1



Eje A. Responsabilidad de la comunicación organizacional con los ODS.

- *Comunicação Organizacional e Sustentabilidade: Propostas a partir da relação entre a Comunicação Pública da Ciência e os objetivos do Pacto Global na Universidade Federal do Paraná (UFPR). Juliana Marques Borghi (Universidade Federal do Paraná, Brasil)*
- *Universidad y cambio climático. Percepción de los estudiantes en España. Ana Almansa Martínez (Universidad de Málaga, España), Sara López-Gómez (Universidad de Málaga, España) y Antonio Castillo-Esparcia (Universidad de Málaga, España).*
- *¿Cómo comunican la responsabilidad social corporativa las empresas? Un estudio desde la comunicación digital. Francisca Cecilia Encinas Orozco (Universidad de Sonora, México), Manuela Matus Verdugo (Universidad de Sonora, México) y María Dolores Aragón Robles Linares (Universidad de Sonora, México).*
- *Comunicación, cultura y comportamiento organizacional: rutas para el bienestar laboral. Verónica Torres Sandoval (UNAM, México)*
- *La Responsabilidad Social Organizacional, una respuesta de las instituciones educativas. Eva María Pérez Castrejón (UPAEP, México) y Cristina Barroso Camiade (Anáhuac México Norte).*

Eje B. Comunicar el cambio climático.

- *Las Relaciones Públicas en el marco de la comunicación sobre el cambio climático. Experiencia de la Alianza para la Acción Climática Venezuela. Agrivalca Canelón Silva (Universidad Católica Andrés Bello, Venezuela)*
- *¿Qué saben los y las nuevas profesionales de la comunicación organizacional en Argentina sobre el cambio climático? Gabriela Pagani (Universidad del Salvador, Argentina)*
- *Reflexões sobre a comunicação de crise na gestão do abrigo temporário da Universidade do Vale do Rio dos Sinos – Unisinos, em São Leopoldo. Cristiane Schnack (UNISINOS, Brasil), Cybeli Moraes (UNISINOS, Brasil) y Taís Flores da Motta (UNISINOS, Brasil).*
- *Cidades Resilientes, uma construção coletiva frente aos desastres climáticos. Ana Cristina Fachinelli (Universidade de Caxias do Sul, Brasil), Vanessa Roveda (Universidade de Caxias do Sul, Brasil) y Ronei Teodoro da Silva (Universidade de Caxias do Sul, Brasil).*
- *Pseudomemórias sobre mudanças climáticas: o impacto das fake news no contexto brasileiro. Luís Carlos da Silva (Universidade Federal da Paraíba, Brasil), Karla Cristiane de Oliveira Marcone (Universidade Federal da Paraíba, Brasil) y Maria Lívia Pachêco de Oliveira (Universidade Federal da Paraíba, Brasil).*

Eje C. Sostenibilidad, poblaciones y territorialidades.

- *Saúde, agroecologia e territórios: a experiência de comunicação do projeto Ará. Angélica Patrícia de Almeida (Fundação Oswaldo Cruz, Brasil) y Helena Rodrigues Lopes (Fundação Oswaldo Cruz, Brasil).*



- *COLETA 2024: A maior mobilização voluntária organizada pela TETO Brasil. Artur Barbosa Lima Maia (Universidade Federal da Paraíba, Brasil) y André Roberto Arruda Costa Silva (Universidade Federal da Paraíba, Brasil).*
- *A comunicação como pilar para o desenvolvimento sustentável e transformação social do distrito criativo Centro-GARE. Elisa Lubeck (Unipampa, Brasil) y Flavi Ferreira Lisboa Filho (Universidade Federal de Santa Maria, Brasil).*
- *La sostenibilidad como tema estratégico para la gestión de comunicación en las organizaciones en América Latina en la última década. Alejandro Álvarez-Nobell (Universidad de Málaga, España), Gabriel Sadi (University of Huddersfield, Reino Unido) y Claudia Labarca (Pontificia Universidad Católica de Chile)*

13:15 – 13:30 Corte

13:30 – 14:30 Presentación de ponencias de las Mesas 2

Eje A. Responsabilidad de la comunicación organizacional con los ODS.

- *Rede em Ruínas: A Vulnerabilidade de uma Associação de Direitos Frente a um Desastre Ambiental. Laura Nayara Pimenta (Universidade Federal de Alagoas, Brasil) y Flávio Henrique Silva Santos (Universidade Federal de Alagoas, Brasil).*
- *Modelagem da comunicação organizacional: ¿caminho cíclico a favor do desenvolvimento? Sandra Nunes Leite (Universidades Federal de Alagoas, Brasil) y Vicente Julião M.R. Barros (Universidades Federal de Alagoas, Brasil).*
- *Observatório de Cidades, o divulgação de indicadores na gestão pública para o desenvolvimento sustentável. Ana Cristina Fachinelli (Universidad de Caxias do Sul, Brasil), Ronei Teodoro da Silva (Universidad de Caxias do Sul, Brasil) y Vanessa Roveda (Universidad de Caxias do Sul, Brasil).*
- *Análise de Práticas e Discursos de organizações na Cidade de João Pessoa: Um Estudo sobre o Greenwashing. Isadora Pricila Jácome Ramalho (Universidade Federal da Paraíba, Brasil), Suzy Priscila Jácome de Oliveira (Universidade de Coimbra, Portugal) y Caroline Delevati Colpo (Universidade Federal da Paraíba, Brasil).*
- *Programas institucionais como estratégia de alcance dos ODS: o caso da Sinpete e da Expedição Científica do Baixo São Francisco. Danielly Maria Marques de Lima (Universidade Federal de Alagoas, Brasil), Janaina Alves Pereira Almeida dos Santos (Universidade Federal de Alagoas, Brasil) y Rose Mary Ferreira Pereira Gomes (Federal de Alagoas, Brasil).*



Eje B. Comunicar el cambio climático.

- *Ejes conceptuales, metodológicos y didácticos para la enseñanza de la Comunicación para la Sustentabilidad en las Organizaciones. Ana Gabriela Piedra Miranda (Universidad Autónoma de México)*
- *La comunicación interna en la comprensión de los reportes de sostenibilidad al interior de la empresa: una visión de sus colaboradoras y colaboradores. José Ignacio Catenacci Martín (Universidad Central, Chile)*
- *Narrativas de riesgo frente al cambio climático. Juan Manuel Cozzi (Universidad de Concepción del Uruguay, Argentina)*
- *Amplificando las narrativas ecosociales: Podcasting para la justicia ambiental y el cambio de paradigma. Sara López Gómez (Universidad de Málaga, España)*
- *Mujeres de colectivos empresariales y conocimiento sobre medio ambiente y cambio climático. Griselda Guillén Ojeda (Universidad Autónoma de Baja California, México), Nina Alejandra Martínez Arellano (Universidad Autónoma de Baja California, México) y Ana María Vázquez Espinoza (Universidad Autónoma de Baja California, México).*

Eje C. Sostenibilidad, poblaciones y territorialidades.

- *Explorando el compromiso organizativo con el bienestar humano: La lógica de gestión biocéntrica. Evandro Samuel Ribeiro dos Santos Oliveira (EAE Barcelona, España)*
- *Comunicación organizacional y objetivos de desarrollo sostenible, ODS cambio climático y territorialidad. Sonia García Oñate (Universidad Externado, Colombia)*
- *¿Cómo re-habitar nuestro territorio latinoamericano desde la comunicación organizacional? Consuelo Vásquez (Université du Québec à Montréal, Canadá), María Belén Barroso (Universidad de Málaga, España) y Alejandro Álvarez-Nobell (Universidad de Málaga, España).*
- *Comunicação organizacional, comunitária e desenvolvimento sustentável: desafios e iniciativas após as enchentes no Rio Grande do Sul, Brasil. Fabio Frá Fernandes (Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Brasil), Maria Ivete Trevisan Fossá (Universidade Federal de Santa Maria, Brasil) y Ademir Tomás Velasco Cargnelutti (Escola Estadual Padre Pedro Marcelino Copetti, Brasil).*

14:30 – 15:00 Conversatorio “Jóvenes investigadores y sus aportes a la sostenibilidad” con la Dra. María Belén Barroso (Universidad de Málaga, España) y el Dr. Samora N’zinga (Universidade Federal de Minas Gerais, Brasil). Modera: Dr. Gabriel Sadi (University of Huddersfield, Reino Unido)

15:00 – 15:30 Presentación de la relatoría del Encuentro y cierre



METODOLOGÍA DEL ENCUESTRO / **METODOLOGIA DO ENCONTRO**

Innovación para el diálogo académico con impacto

El IV Encuentro de la Red Latinoamericana de Investigación en Comunicación Organizacional (RedLAcO) propone una metodología novedosa y participativa que rompe con los formatos tradicionales de exposición académica. Esta dinámica busca fomentar el intercambio horizontal de saberes, activar redes de colaboración y promover la construcción colectiva de conocimiento desde una perspectiva ética y comprometida con la sostenibilidad.

El formato se articula en tres momentos clave: una fase previa de intercambio abierto, una jornada de presentación colaborativa de las ponencias, y una relatoría final que cristaliza los aprendizajes colectivos en un Manifiesto RedLAcO 2024.

Durante la **fase COMPARTIR (el primer día)** se habilitará la plataforma Zoom Events para que las y los participantes accedan a las presentaciones en formato poster + video/audio de un minuto, permitiendo el diálogo asincrónico con las y los autores mediante comentarios, preguntas y aportes. Esta instancia, coordinada por los moderadores de cada eje temático, permitirá identificar puntos de convergencia, desafíos comunes y líneas emergentes de investigación.

En la segunda jornada, la **fase DEBATE** posibilita en cada mesa temática complementar el poster/video con presentaciones orales breves (máximo un minuto por ponencia), seguidas de conversaciones abiertas orientadas a problematizar, retroalimentar y proyectar colaboraciones. La figura de la persona moderadora será clave para dinamizar estos intercambios y sintetizar los principales aportes del eje, que se integrarán en un documento común.

Este diseño metodológico no solo amplía las posibilidades de participación y democratiza el acceso al conocimiento, sino que también responde a una lógica de inteligencia colectiva, más coherente con los principios que orientan a RedLAcO: la comunicación como práctica transformadora, la sostenibilidad como horizonte ético y el diálogo como herramienta epistémica.

La culminación del Encuentro tiene una tercera **fase de COCREACIÓN** y presentación del **Manifiesto RedLAcO 2024**, documento que recogerá los aportes más relevantes de las distintas mesas y que servirá como hoja de ruta para las investigaciones futuras de la red.

Este enfoque representa un verdadero laboratorio metodológico, que explora nuevas formas de hacer academia en red, con vocación latinoamericana y compromiso social.



Inovação para o diálogo acadêmico com impacto

O IV Encontro da Rede Latino-Americana de Pesquisa em Comunicação Organizacional (RedLAcO) propõe uma metodologia inovadora e participativa que rompe com os formatos tradicionais de apresentação acadêmica. Essa dinâmica busca fomentar a troca horizontal de conhecimentos, ativar redes colaborativas e promover a construção coletiva do conhecimento a partir de uma perspectiva ética e comprometida com a sustentabilidade.

O formato é estruturado em torno de três momentos principais: uma fase preliminar de intercâmbio aberto, um dia de apresentação colaborativa dos artigos e um relatório final que cristaliza os aprendizados coletivos em um Manifesto RedLAcO 2024.

Durante a **fase SHARE** (primeiro dia), a plataforma Zoom Events será habilitada para que os participantes possam acessar as apresentações em formato de pôster + vídeo/áudio de um minuto, permitindo o diálogo assíncrono com os autores por meio de comentários, perguntas e contribuições. Este evento, coordenado pelos moderadores de cada eixo temático, permitirá identificar pontos de convergência, desafios comuns e linhas de pesquisa emergentes.

No segundo dia, a **fase DEBATE** permite que cada painel temático complemente o pôster/vídeo com breves apresentações orais (máximo de um minuto por apresentação), seguidas de conversas abertas com o objetivo de levantar questões, fornecer feedback e planejar colaborações. O papel do moderador será fundamental para dinamizar essas trocas e sintetizar as principais contribuições do eixo, que serão integradas em um documento comum.

Este desenho metodológico não só amplia as possibilidades de participação e democratiza o acesso ao conhecimento, mas também responde a uma lógica de inteligência coletiva, mais coerente com os princípios que norteiam a RedLAcO: a comunicação como prática transformadora, a sustentabilidade como horizonte ético e o diálogo como ferramenta epistêmica.

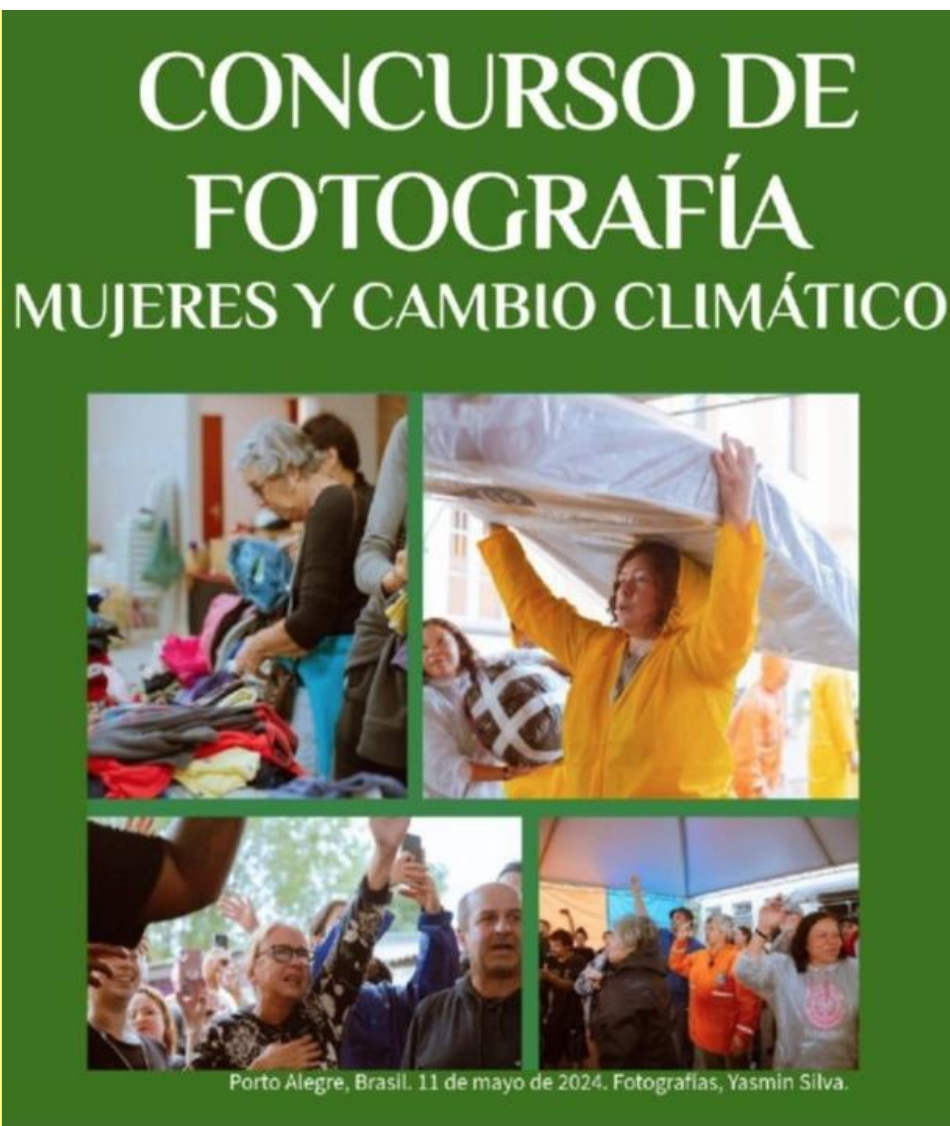
O ponto alto do Encontro inclui uma terceira **fase de COCRIAÇÃO** e apresentação do Manifesto RedLAcO 2024, um documento que compilará as contribuições mais relevantes dos vários painéis e servirá como um roteiro para as pesquisas futuras da rede.

Essa abordagem representa um verdadeiro laboratório metodológico, explorando novas formas de conduzir a academia online, com foco na América Latina e compromisso social.



CONCURSO DE FOTOGRAFÍA: MUJERES LATINOAMERICANAS Y CAMBIO CLIMÁTICO

CONCURSO DE FOTOGRAFIA: MULHERES LATINO-AMERICANAS E MUDANÇA CLIMÁTICA





Presentación / Apresentação

Las mujeres son afectadas en mayor medida por el cambio climático debido a que se encuentran en mayor proporción en condiciones de pobreza y vulnerabilidad. Son también mujeres quienes muestran mayor preocupación por las causas y los impactos del cambio climático en la vida humana y en el planeta.

Por esto, y por la capacidad de las mujeres en movilizar los cambios sociales, proponemos como tema principal del concurso, el papel de las mujeres latinoamericanas en las acciones para afrontar el cambio climático.

El concurso busca visibilizar las causas, los impactos y las acciones sobre el cambio climático.

As mulheres são as mais afetadas pelas mudanças climáticas, especialmente, porque se encontram em maior número em condições de pobreza e vulnerabilidade. São também as mulheres que demonstram maior preocupação com as causas e impactos das alterações climáticas na vida humana e no planeta.

Por isso, e pela capacidade das mulheres em mobilizar mudanças sociais, propomos como tema principal do concurso: o papel das mulheres latino-americanas nas ações de enfrentamento às mudanças climáticas.

O concurso procura dar visibilidade às causas, impactos e ações sobre as mudanças climáticas.

Requisitos de participación / Requisitos para participar

El concurso, dirigido a autores individuales, mayores de 18 años, tiene dos categorías: fotografía única y ensayo fotográfico. Cada persona puede participar únicamente en una de las dos categorías y solo con una obra. No pueden participar los integrantes del jurado.

Las obras a concurso cumplirán las siguientes características técnicas:

- Realizada por cualquier procedimiento fotográfico, sin usar Inteligencia Artificial en todo o en parte de la imagen.
- En blanco y negro o en color.
- Enviadas en formato digital.
- Los ajustes deben ser mínimos (brillo/contraste, niveles de curva, balance de color) sin desvirtuar la toma original.
- La persona autora debe preservar el archivo original de preferencia en formato raw sin ningún tratamiento y ponerlo a disposición del jurado si fuera necesario.
- El archivo de las fotografías no debe ser renombrado y las fotografías no deben incluir ningún elemento (firma, logo, iniciales, marcos, bordes, marca de agua, gráficos, etc.) que pueda servir para identificar a la persona autora.
- Para la categoría de fotografía única, la imagen enviada debe estar en formato jpg, 300 dpi, al menos 2 megas de peso y no más de 10 megas.
- Para la categoría de ensayo fotográfico, de entre 5 y 10 fotografías máximo. Además de las fotografías individuales con las condiciones técnicas antes indicadas, la serie se envía en un pdf. En la primera hoja del pdf se indica título de la obra y una síntesis del tema de la serie en máximo



500 caracteres. A partir de la segunda hoja del pdf, se integran las imágenes en el orden que deben ser vistas y con su pie de foto si corresponde.

Para participar se debe acceder al sitio web redlaco.com, completar la ficha de inscripción y aceptar las declaraciones en el formulario de inscripción.

Las fechas para enviar las imágenes al concurso son del 1 de julio al 31 de agosto de 2024.

Los ganadores del concurso se darán a conocer el día 9 de octubre de 2024.

Los organizadores se reservan el derecho de aprobar o descartar el material que se presente a concurso de acuerdo con los requisitos que se solicitan en esta convocatoria.

O concurso é dirigido para autores individuais, maiores de 18 anos, em duas categorias: fotografia individual e ensaio fotográfico. Cada pessoa poderá participar apenas em uma das duas categorias e apenas com um trabalho. Os membros do júri não podem participar.

As fotografias obedecerão às seguintes características técnicas:

- Feito por qualquer procedimento fotográfico, sem utilização de Inteligência Artificial em toda ou parte da imagem.
- Em preto e branco ou em cores.
- Enviado no formato digital.
- Os ajustes devem ser mínimos (brilho/contraste, níveis de curva, equilíbrio de cores) sem distorcer a foto original.
- autor deverá preservar o arquivo original, preferencialmente em formato raw, sem qualquer tratamento, e disponibilizá-lo ao júri, se necessário.
- arquivo fotográfico não deve ser identificado com o nome dos autores e as fotografias não devem incluir nenhum elemento (assinatura, logotipo, iniciais, molduras, bordas, marca d'água, gráficos, etc.) que possam servir para identificar o autor.
- **Na categoria fotografia única** a imagem submetida deverá estar em formato jpg, 300 dpi, peso mínimo de 2 megabytes e no máximo 10 megabytes.
- **Na categoria ensaio fotográfico** deve ter entre 5 e 10 fotografias no máximo. Além das fotografias individuais, com as condições técnicas acima indicadas, a série é enviada em pdf. A primeira página do pdf indica o título da obra e um resumo do tema da série, em no máximo 500 caracteres. A partir da segunda folha do pdf, as imagens são integradas na ordem em que devem ser visualizadas e com respectiva legenda se for o caso.

Para participar, você deve acessar o site <https://www.redlaco.org/>, preencher e aceitar as declarações do formulário de inscrição.

As datas para participar do concurso são de 1º de julho a 31 de agosto de 2024.

Os vencedores do concurso serão anunciados no dia 9 de outubro de 2024.

Os organizadores reservam-se o direito de aprovar ou descartar o material submetido ao concurso, de acordo com os requisitos solicitados neste regulamento.

Derechos de uso / Direitos de uso



Con su participación los autores garantizan que cumplen con todos los requisitos de propiedad intelectual, derechos de imagen y confirman que han obtenido las correspondientes autorizaciones de las personas y lugares que figuran en las fotografías presentadas. Los organizadores del concurso no se harán responsables de ninguna reclamación o conflicto en este sentido.

La propiedad intelectual de las obras corresponde a los autores. La participación en este concurso implica la cesión no exclusiva de los derechos de difusión, reproducción y exhibición pública tanto de las obras ganadoras como de las participantes, siempre dentro de acciones sin ánimo de lucro.

Com a inscrição, os autores garantem que cumprem todos os requisitos de propriedade intelectual e direitos de imagem, além de confirmar que obtiveram as correspondentes autorizações das pessoas e locais que aparecem nas fotografias. Os organizadores do concurso não serão responsáveis por qualquer reclamação ou conflito a este respeito.

A propriedade intelectual das obras corresponde aos autores. A participação neste concurso implica a cessão, não exclusiva, dos direitos de divulgação, reprodução e exibição pública, tanto das obras vencedoras, como dos participantes, sempre no âmbito de ações sem fins lucrativos.

Jurado, criterios de valoración y premios / Jurados, critérios de avaliação e prêmios

El jurado estará integrado por personas con reconocida trayectoria en la fotografía y tendrá en cuenta para su fallo los siguientes criterios: cumplimiento de las presentes bases, calidad técnica, calidad comunicativa y calidad estética de las fotografías.

La Global Psychology Alliance (GPA) entregará un primer premio, en cada una de las dos categorías, que consiste en el pago de traslado y hospedaje de cada autor para la presentación de la muestra en la sede de su próxima reunión anual *International Summit on Psychology and Health* que se realizará en Kingston, Jamaica, en marzo de 2025. Los ganadores inaugurarán la muestra que será producida con el auspicio de GPA.

Los organizadores entregarán reconocimiento al segundo y tercer lugar en el concurso y menciones si el jurado lo estima oportuno. Todos los participantes recibirán constancia de participación.

Los organizadores podrán realizar una o varias exposiciones físicas o virtuales que podrían incluir a las fotografías ganadoras, las menciones u otras fotografías participantes en el concurso.

Os jurados serão constituídos por pessoas com reconhecida experiência em fotografia e levará em conta os seguintes critérios na sua decisão: cumprimento das regras, qualidade técnica, qualidade comunicativa e qualidade estética das fotografias.

A Global Psychology Alliance (GPA) entregará o prêmio de primeiro lugar, para cada uma das duas categorias. O prêmio consiste no pagamento de viagem e alojamento para os autores apresentarem suas fotografias na amostra do encontro anual *International Summit on Psychology e Health*, que será realizado em Kingston, Jamaica, em março de 2025. Os vencedores irão inaugurar a exposição, que será produzida com a recomendação da GPA.

Os organizadores atribuirão reconhecimento ao segundo e terceiro lugar do concurso e menções se o júri considerar adequado. Todos os participantes receberão comprovante de participação.



**IV ENCUENTRO
COMUNICACIÓN
CAMBIO CLIMÁTICO
Y AGENDA 2030**

*Escuchar a la
naturaleza
conversar
sobre
sostenibilidad*

9 Y 10 DE OCTUBRE 2024

EVENTO VIRTUAL





CONVERSATORIOS / **CONVERSAS**

Conversatorio “Comunicación, mujer y cambio climático: de la voz a la acción” con la Dra. Amanda B. Clinton (Global Psychology Alliance), MBA. Andrea de Lima (Universidad Hebrea de Jerusalén, Israel) y MA. Cilena Marcondes (Universidade de San Pablo, Brasil).

Moderan: Dra. Maria Livia Pachêco de Oliveira (Universidade Federal da Paraíba, Brasil) y Dra. Andréia Athaydes (Universidade Federal de Santa Maria, Brasil).



En el marco del IV Encuentro RedLaco, el conversatorio “Comunicación, mujer y cambio climático: de la voz a la acción” reunió a Amanda B. Clinton (Global Psychology Alliance), Andrea de Lima (Universidad Hebrea de Jerusalén) y Cilena Marcondes (Universidade de São Paulo), con la moderación de Maria Livia Pachêco y Andréia Athaydes. El espacio propuso reflexionar sobre el papel de las mujeres en la crisis climática, desde una perspectiva interseccional, comunicacional y transformadora.

Una de las ideas centrales fue la necesidad de **reconocer los impactos diferenciados del cambio climático sobre las mujeres**, especialmente aquellas en situaciones de mayor vulnerabilidad. Las participantes subrayaron que las mujeres suelen estar en la primera línea de las crisis, asumiendo tareas de cuidado y gestión comunitaria sin respaldo institucional. A la vez, tienen menos acceso a recursos económicos, tierra y poder político, lo que agrava su exposición a las consecuencias ambientales.



Desde una **perspectiva psicológica**, Amanda Clinton destacó cómo la exposición continua al estrés climático –unido a las desigualdades estructurales de género– afecta la salud mental de las mujeres, generando altos niveles de ansiedad y depresión. También señaló el rol estratégico de la comunicación para promover salud mental, cohesión social y acción colectiva frente a la crisis.

La comunicación fue presentada como un **recurso clave para fortalecer redes de mujeres**, facilitar el acceso a información confiable y contrarrestar la desinformación, especialmente en contextos como Brasil, donde las fake news sobre temas climáticos y sociales tienen un impacto alarmante. Se enfatizó la **corresponsabilidad profesional de quienes comunican** en crear narrativas honestas, inclusivas y orientadas a soluciones.

Las participantes compartieron ejemplos inspiradores de **acción colectiva y liderazgo femenino**. Andrea de Lima relató el trabajo de la organización feminista TEMIS en Rio Grande do Sul, Brasil, que articuló una red de promotoras legales populares para atender a mujeres víctimas de violencia durante inundaciones. Amanda Clinton mencionó iniciativas en Kenia y Colombia donde mujeres lideran proyectos ambientales que combinan comunicación, economía solidaria y cambio de comportamiento comunitario.

Se debatió también la necesidad de **romper con las lógicas comunicativas basadas en el miedo y el inmediatismo**, fomentando una comunicación ética, comprometida con el largo plazo, la escucha activa y la construcción de sentido compartido. Silena Marcondes remarcó que el miedo puede ser movilizador, pero solo si se combina con propuestas concretas y esperanzadoras.

Finalmente, se insistió en que **las mujeres deben ocupar espacios de decisión política y profesional**, y que las redes globales de profesionales, como RedLaco o la Global Psychology Alliance, pueden ser plataformas estratégicas para visibilizar voces del sur global, articular soluciones locales y exigir transformaciones globales.

En suma, el conversatorio reafirmó que **la comunicación con perspectiva de género y la fuerza colectiva de las mujeres son fundamentales para enfrentar la crisis climática y construir un futuro más justo y sostenible**.



Conversatorio “Jóvenes investigadores y sus aportes a la sostenibilidad” con la Dra. María Belén Barroso (Universidad de Málaga, España) y el Dr. Samora N’zinga (Universidade Federal de Minas Gerais, Brasil).

Modera: Dr. Gabriel Sadi (University of Huddersfield, Reino Unido)



En el marco del IV Encuentro de la Red Latinoamericana de Investigación en Comunicación Organizacional (RedLaco), el conversatorio protagonizado por la Dra. María Belén Barroso (Universidad de Málaga, España) y el Dr. Samora N’zinga (Universidade Federal de Minas Gerais, Brasil), moderado por el Dr. Gabriel Sadi (University of Huddersfield, Reino Unido), fue un espacio para reflexionar sobre las trayectorias emergentes de investigación que articulan sostenibilidad, comunicación y justicia social desde una mirada crítica, creativa y comprometida.

Desde el inicio, Belén y Samora definieron sus perfiles como investigadores multidimensionales, atravesados por el compromiso académico, la experiencia profesional, el activismo y las prácticas artísticas. Ambos resaltaron que su propósito vital está íntimamente vinculado con su propósito profesional, y que la investigación tiene sentido en la medida en que genera impacto social, especialmente en territorios y comunidades invisibilizadas.

Uno de los ejes centrales del conversatorio fue la necesidad de **poner en valor los procesos por sobre los resultados**. Samora enfatizó que las verdaderas transformaciones sociales y ambientales no se construyen desde lógicas de eficiencia o métricas, sino desde la ética del cuidado, el respeto por las diferencias y la participación activa de los actores implicados. Belén, por su parte, compartió ejemplos concretos de investigación aplicada en el medio rural andaluz, donde la escucha activa al territorio permitió cocrear agendas de innovación con enfoque cultural y sostenible.



Ambos coincidieron en la importancia de **desmarcarse de los enfoques tradicionales de la academia** y buscar espacios disruptivos. Belén compartió su trabajo pionero en comunicación biomimética, que se inspira en los principios de la naturaleza para diseñar soluciones humanas. Samora, desde su experiencia como artista, activista e investigador, destacó la necesidad de escuchar no solo lo que se dice, sino también los silencios, las voces ausentes y las imágenes invisibilizadas, especialmente en contextos atravesados por racismo, extractivismo y exclusión.

El conversatorio también abordó las **tensiones éticas en torno al uso de la comunicación**, especialmente ante fenómenos como el *greenwashing* y la desinformación. Samora alertó sobre los peligros de una “guerra informacional” organizada para confundir y desmovilizar, mientras que Belén señaló que en el ecosistema comunicacional conviven “villanos, grises y aliados”, y que identificar con quién construir es clave para catalizar el cambio.

La conversación subrayó el rol estratégico de las y los jóvenes investigadores como **puentes entre la academia, la ciudadanía y las organizaciones**, y como traductores de conocimiento científico hacia acciones concretas en el territorio. También se enfatizó la necesidad de **acortar la brecha entre la investigación y la práctica profesional**, y de fomentar comunidades de aprendizaje transdisciplinarias.

Finalmente, se discutió el **potencial y los desafíos de la inteligencia artificial** en este campo. Si bien ambas voces reconocieron su utilidad para optimizar procesos, también llamaron a establecer marcos éticos claros para evitar su uso malintencionado.

En suma, este conversatorio dejó claro que las nuevas generaciones de investigadores están llamadas no solo a producir conocimiento, sino a **reimaginar formas de habitar el mundo más justas, creativas y sostenibles**.



RESÚMENES / RESUMOS

COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL E SUSTENTABILIDADE: PROPOSTAS A PARTIR DA RELAÇÃO ENTRE A COMUNICAÇÃO PÚBLICA DA CIÊNCIA E OS OBJETIVOS DO PACTO GLOBAL NA UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ (UFPR) ¹

Juliana Marques BORGHI², Universidade Federal do Paraná, UFPR, Curitiba, Brasil

Este trabalho contempla a relação entre teoria e prática a respeito do desenvolvimento da temática envolvendo: sustentabilidade, mudanças climáticas e os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), de modo a contextualizar e apresentar propostas e perspectivas que estão realizadas pela Universidade Federal do Paraná (UFPR). Tem por justificativa dar visibilidade e trazer para o debate as ações que estão sendo discutidas e concretizadas pela UFPR, em processos de integração institucional e social; assim como busca evidenciar o compromisso organizacional por meio do conceito que envolve a comunicação pública da ciência enquanto meio para incentivar o diálogo junto aos atores sociais; e que possa ir além do caráter disseminador da informação, contribuindo para a construção do conhecimento sobre a temática, de modo a suscitar espaços coletivos que sensibilizem os diversos públicos envolvidos. É essencial manter a pesquisa baseada em perspectivas inclusivas e abertas, além de considerar contextos locais na implementação da ciência aberta (Oliveira et al., 2021). A metodologia para a posterior apresentação do trabalho, inclui: abordagem teórica, levantamento e análise de dados, e resultados sobre as ações e políticas da Universidade. Considerando, portando, a necessidade da discussão sobre a Agenda 2030 das Nações Unidas que tende a aproximar a sociedade das pesquisas científicas, e para tencionar o interesse pela construção de políticas públicas que reúnam questões econômicas, sociais e ambientais, entre outras, a UFPR vem trabalhando de forma estratégica e institucional para evidenciar a temática. A apresentação da ciência ao público não se resume à transmissão de informações, mas traz a ciência como centro do diálogo que pode acontecer das mais variadas formas (Bucchi; Trench, 2021). Em 2022, a Instituição aprovou sua Política de Sustentabilidade, parte do Plano de Desenvolvimento Institucional (PDI)(2022-2026), que discorre sobre os princípios e diretrizes para implantar, regulamentar e consolidar ações com o objetivo de promover o desenvolvimento sustentável. Esses princípios e diretrizes deverão ser observados nos segmentos da gestão, de ensino, de pesquisa e de extensão; e condizem com aqueles propostos pelo Pacto Global proposto pela ONU (Brasil, 2012). Assim, a UFPR vem incluindo a comunidade externa à interna, de modo a destacar reflexões, debates e ações viáveis que fortaleçam seu compromisso organizacional, mas também opiniões, conhecimentos e contribuições sociais. Como instrumentos para o acompanhamento das propostas, são citados: relatórios da Política de Logística Sustentável; e plano de Gestão de Sustentabilidade. Além, a Comunicação de Engajamento (COE) para o Pacto Global (UFPR, 2022) destaca os direitos humanos e responsabilidade socioambiental, por meio de documento institucional, de forma a convalidar seu engajamento democrático, e no longo prazo. A relação universidade-sociedade faz-se, neste caminho, por meio da compreensão da comunicação organizacional enquanto processo dialógico, em ações que priorizem vias de relacionamentos com seus diversos e amplos públicos. A comunicação pública

¹ Trabalho apresentado no Eixo Temático Responsabilidade da comunicação organizacional com os ODS, no evento IV Encuentro Comunicación, Cambio Climático y Agenda 2030, da Rede Latino-Americana de Pesquisa em Comunicação Organizacional.

² Doutoranda do Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal do Paraná (PPGCOM-UFPR). Relações-públicas da Superintendência de Comunicação e Marketing da Universidade Federal do Paraná (SUCOM-UFPR), email: juliana.marques@ufpr.br.



da ciência, pois, como elemento articulador deste debate presente junto à sociedade na avaliação e formulação de propostas que agreguem troca de conhecimentos, saberes e possibilidades de abordagens qualitativas que sensibilizem seus atores. Para a democratização da ciência, Entradas et al (2020) revelam que nas últimas décadas instituições de ensino, governo e agências de fomento percebem a importância do cientista envolver o público em suas pesquisas. As análises observadas, até então, vem demonstrando um posicionamento que valoriza as instituições públicas de ensino e suas políticas, por meio da ética e do fortalecimento da democracia para transformações possíveis e reais diante de uma discussão considerada urgente e insubstituível.

Referencias

- Brandão, Elizabeth Pazito. Conceito de comunicação pública. In: DUARTE, Jorge (org.). Comunicação pública: estado, mercado, sociedade e interesse público. São Paulo: Editora Atlas, 2012.
- Bucchi, M., & Trench, B. (Eds.) (2021). Routledge Handbook of Public Communication of Science and Technology (3rd ed.).
- Entradas, M., Conejero, J. A., Bauer, M. W., O'Muircheartaigh, C., Marcinkowski, F., Okamura, A., Pellegrini, G., et al. (2020). Public communication by research institutes compared across countries and sciences: Building capacity for engagement or competing for visibility? PLOS ONE. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0235191>.
- Entradas, M., Junqueira, L., & Brito, B. (2020). Portugal: The Late Bloom of (Modern) Science Communication. Acton ACT 2601, Austrália: Australian National University Press.
- Liedtke, P.; Curtinovi, J. (2016). Comunicação pública no Brasil: Passado, presente e futuro. Comunicação Pública, 11(20). DOI: 10.4000/cp.1171. URL: <http://cp.revues.org/1171>
- Massarani, Luisa; Moreira, Ildeu de Castro. (2002). Aspectos históricos da divulgação científica no Brasil. In L. Massarani, I. D. Moreira, & F. Brito (Eds.), Ciência e Público: Caminhos da Divulgação Científica no Brasil (pp. 43-64). Rio de Janeiro: Casa da Ciência/UFRJ.
- OLIVEIRA, T. et al. Politização de controvérsias científicas pela mídia brasileira em tempos de pandemia: a circulação de preprints sobre Covid-19 e seus reflexos. Revista Brasileira de História da Mídia, [Piauí], v. 10, n. 1, 2021.
- Weber, M. H.; Locatelli, C. (2022). Realidade e limites da pesquisa empírica em Comunicação Pública. MATRIZes, 16(1), 141-159.



UNIVERSIDAD Y CAMBIO CLIMÁTICO. PERCEPCIÓN DE LOS ESTUDIANTES EN ESPAÑA

Ana Almansa-Martínez, Sara López-Gómez y Antonio Castillo-Esparcia
Universidad de Málaga (España)

Las universidades son, sin duda, un tipo de organización que, por su función educativa, puede aportar mucho en la lucha contra el cambio climático. Profesorado de la Universidad de Málaga, España, llevamos a cabo una investigación en universidades españolas sobre cómo percibía el estudiantado las medidas que las instituciones estaban implementando, qué les pedían en este sentido y cómo veían en general el cambio climático. Los resultados de esta investigación son los que se desean presentar en el encuentro. Se trata de un tema muy poco estudiado en España.

La encuesta se realizó a 400 estudiantes de diez universidades españolas. Lo que supone una muestra representativa, ya que se precisaban 385 respuestas (nivel de confianza 95%, margen de error del 5%), cantidad que fue superada. Entre los principales hallazgos encontramos que la práctica totalidad de los estudiantes universitarios encuestados (el 99%) dice que conoce lo que es el cambio climático. Además, la amplia mayoría (87%) considera que es un asunto muy importante y que sus consecuencias son muy graves, aunque solo el 52% entiende que puede tener mucha incidencia en su vida. Al preguntarle al estudiantado por la información que su universidad facilita sobre el cambio climático, la mayoría (56%) dice que poca y más de la cuarta parte (27%) que ninguna. Y esta información les llega a veces en el desarrollo de alguna asignatura o de alguna charla o evento. El estudiantado reconoce (un 44% así lo hace) que la mayor parte de la información sobre cambio climático no le llega mediante la universidad, sino por su interés personal (principalmente por redes sociales). Aquí se pone en evidencia la necesidad de que las universidades españolas intensifiquen su labor sensibilizadora sobre este tema. Aunque, curiosamente, el estudiantado confiesa que no participa en las actividades que su universidad realiza (el 51%). Tan solo el 3,3% asegura que suele participar. También es preocupante que el 36% denuncie que su universidad no organiza este tipo de eventos. El estudiantado demanda acciones concretas a su universidad para revertir la falta de información sobre cambio climático y para intentar frenarlo. Concretamente, proponen usar energías renovables, fomentar el uso del transporte compartido, hacer huertos urbanos en los campus, crear bazares de productos de segunda mano, incluir opciones veganas en los restaurantes universitarios, organizar talleres e incluso incluir formación medioambiental en las materias de grados y posgrados. Eso sí, los encuestados (el 62%) se declaran activistas medioambientales, más las mujeres que los hombres. Y culpan de los daños a las empresas e industrias en primer término y a los gobiernos en segundo. De hecho, el 74% considera que las medidas tomadas en España son insuficientes. El 86% de los encuestados considera que la acción individual contribuye a solucionar las cuestiones climáticas. Acciones tales como reducir residuos, reducir el consumo de artículos desechables, aumentar el uso del transporte público o hacer uso moderado de la calefacción/refrigeración. En definitiva, con esta investigación se ha podido demostrar el creciente interés de los jóvenes universitarios por el cambio climático, aunque el compromiso es desigual. También se ha comprobado que la universidad española está comenzando a introducir medidas, comprometiéndose con los ODS, aunque aún queda un largo camino por recorrer, para que la universidad sea un centro de difusión y sensibilización de este tema de gran calado.



¿CÓMO COMUNICAN LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA DE LAS EMPRESAS? UN ESTUDIO DESDE LA COMUNICACIÓN DIGITAL

Francisca Cecilia Encinas Orozco*

Mauela Matus Verdugo

María Dolores Aragón Robles Linares

La comunicación corporativa en sus diversas modalidades se ha convertido en una actividad estratégica e indispensable para generar, mantener y proteger los intangibles de las organizaciones como la reputación. Una característica en la que concuerdan varios investigadores es que la tarea de comunicar la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) frecuentemente se asocia con numerosas dificultades (Du et al., 2010; Beckmann et al., 2006; Morsing et al., 2008; Waddock y Googins, 2011) y malas prácticas como el *greenwashing* (se refiere a la exageración o invención de beneficios ambientales de productos o servicios para aparentar ser más responsables con el medio ambiente de lo que realmente son) o *greenhushing* (consiste en implementar medidas sostenibles pero optar por no comunicarlas, reduciendo la transparencia en las acciones medioambientales de las empresas) donde las organizaciones comunican su RSC de un modo que difiere bastante de lo que realmente son sus iniciativas sociales, por lo que sus *stakeholders* acaban sintiéndose decepcionados (Abuín, 2020; Pashma y Rueda, 2021; Rodríguez, Aragón y Aragón, 2021) lo que ocasiona que se vuelvan escépticos. Sin embargo, al mismo tiempo, estos grupos de interés esperan que las organizaciones realicen acciones de RSC y les gustaría conocerlas (Dash, 2024), lo cual plantea un desafío clave en el diseño de la estrategia de comunicación de RSC para que sea efectiva y sea diferenciada de estrategias ajenas a la RSC. La razón que da origen a este ejercicio, deriva de la premisa de que cualquier iniciativa de las corporaciones de adquirir confianza y legitimidad a través del comportamiento corporativo responsable pasa por su capacidad de comunicarse con su entorno, sin embargo, como dice Dawkins (2004) la comunicación continúa siendo una tarea pendiente en la práctica de la responsabilidad corporativa. Aunque muchas compañías están comprometidas genuinamente con sus responsabilidades sociales fallan en comunicar activamente para convencer de ello. De allí es que se derivan algunas preguntas:

¿Las empresas informan actividades de responsabilidad social en medios digitales? ¿Sus grupos de interés responden a las comunicaciones? ¿Qué temas les resultan de mayor interés a sus stakeholders? ¿Sobre qué temas de RSC se comunica, en qué cantidades y con qué distribución de la información? ¿Qué niveles de interactividad se incentivan en la web (página o redes) en relación con los temas de RSC? De tal forma que el objetivo de este estudio se orienta a identificar la forma en que las empresas realizan la comunicación de sus actividades de RSC en entornos digitales.

Se realizó un análisis de contenido (Fernández, 2002) de la comunicación digital de empresas mexicanas durante el primer semestre del 2024, considerando las categorías *a priori* que se muestran en la tabla 1.

Tabla 1.- Categorías de Responsabilidad Social Corporativa

Ambiente	La dimensión ambiental de la RSE representa aquellas actividades y operaciones llevadas a cabo por empresas con una filosofía verde, incluidas inversiones como cambio climático, sostenibilidad, productos respetuosos con el medio ambiente, gestión de residuos peligrosos, uso de productos químicos que agotan la capa de ozono, pruebas con animales, control de la contaminación y reciclaje.
Comunidad	La dimensión de apoyo comunitario de la RSE implica actividades como donaciones, el apoyo a programas artísticos y de salud o iniciativas educativas y de vivienda. Además, pretende abordar varias cuestiones, como los determinantes sociales más amplios de la salud de la población y desigualdades.
Diversidad	La dimensión de diversidad de la RSE representa no sólo el respeto por derechos humanos sino también registros e iniciativas de diversidad basadas en género, raza,



	familia, orientación sexual y discapacidad, o falta de ella, dentro de y fuera de la empresa.
Empleados	La dimensión de apoyo a los empleados de la RSE cubre actividades tales como preocupaciones de seguridad, seguridad laboral, participación en las ganancias, relaciones sindicales y participación de los empleados.
Calidad del producto	La dimensión del producto puede representar un compromiso con la RSE a través del logro de una alta calidad del producto/servicio, a través de esfuerzos en innovación e investigación y desarrollo, o mostrando preocupación por la seguridad de los clientes en relación con los productos/servicios de una empresa.

Fuente: Elaboración propia

En cuanto al mensaje se consideraron dos categorías para analizar la función y respuesta al mensaje como se observa en la tabla 2.

Tabla 2.- Categorías del mensaje

Interactividad	considerando subcategorías como respuesta a mensajes, interacción y presencia multiplataforma
Función del mensaje	como informar, generar identificación con la marca, concientizar y persuadir

Fuente: Elaboración propia

En este estudio las unidades de muestreo fueron las redes sociales que tuvieran las empresas como Facebook, Twitter, LinkedIn, Instagram, YouTube o Tik Tok, y las unidades de registro los mensajes que las empresas dejan en dichas redes durante el espacio temporal del estudio. Para poder determinar las cuentas oficiales se tomaron las publicadas en los sitios web y se constató que tuvieran una sección donde señalaran que son empresas socialmente responsables.

Tabla 3. Datos para el análisis

Unidad de muestreo	Redes sociales de empresas reconocidas como mejores empresas en México
Unidad de registro	Mensajes publicados por las empresas en sus redes sociales referidas a temas de acciones de responsabilidad social realizadas por la misma empresa
Corpus	+1,050 publicaciones
Periodo	Enero a junio de 2024

Fuente: Elaboración propia

Tabla 4. Categorías del estudio

Tema del mensaje	Interactividad	Función del mensaje
Ambiente	No responde a mensajes	Informar
Comunidad	Responde a mensajes	Generar identificación
Diversidad	Interactúa con los usuarios de redes	Concientizar
Empleados	Presencia multiplataforma	Persuadir
Calidad del producto		

Fuente: Elaboración propia

Las siete empresas seleccionadas se tomaron del programa Mejores Empresas Mexicanas la cual es una iniciativa promovida por Citibanamex, Deloitte y el Tecnológico de Monterrey, que desde 2010 busca reconocer e



impulsar a las empresas medianas privadas de nuestro país que sobresalen por su alto nivel de desempeño en la gestión de negocios (Mejores Empresas Mexicanas, 2024).

Los resultados muestran que las empresas utilizan parcialmente la comunicación digital para mostrar sus acciones de responsabilidad social corporativa; utilizan pocos canales o se centran en uno solo, no parece obedecer a una estrategia de comunicación digital, la comunicación es unidireccional, es decir, no disponen de formas para que los grupos de interés interactúen con las empresas en estos temas y el tono de los mensajes son pasivos, dejando de lado la oportunidad de generar mayor engagement de sus consumidores y públicos. Se recomienda mejorar su estrategia de comunicación para temas de RSC ya que una comunicación honesta y transparente sobre las iniciativas de sostenibilidad es fundamental para construir una reputación sólida y duradera. Esta apertura no solo fortalece la credibilidad de la empresa ante sus consumidores y stakeholders, sino que también fomenta una mayor confianza en sus prácticas medioambientales, consolidando así su posición como líder ético en el mercado.

Referencias

- Abuín-Penas, J. (2019). El cuestionario como herramienta de análisis en la gestión y comunicación de la responsabilidad social de los atletas de élite españoles. *Comunicación y Métodos / Communication y Methods*, 1(1), 29-39. <https://doi.org/10.35951/v1i1.2>
- Beckmann, S. C., Morsing, M., y Reisch, L. (2006). Strategic CSR communication: An emerging field. In *Strategic CSR communication* (pp. 11-36). Djøf Forlag.
- Carroll, A. B. (1991). The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders. *Business Horizons*, 34(4), 39–48. [https://doi.org/10.1016/0007-6813\(91\)90005-G](https://doi.org/10.1016/0007-6813(91)90005-G)
- Dash, K. K. (2024). Strategic CSR perspectives hold key to sustainable tourism development in the Society 5.0. *Brazilian Journal of Development*, 10(3), e67812. <https://doi.org/10.34117/bjdv10n3-010>
- Dawkins, J.: "Corporate responsibility: The communication challenge", *Journal of Communication Management*, 9 (2), p. 108-119, 2004.
- Du, S., Bhattacharya, C. B., y Sen, S. (2010). Maximizing business returns to corporate social responsibility (CSR): The role of CSR communication. *International journal of management reviews*, 12(1), 8-19.
- Fernández, F. (2002). El análisis de contenido como ayuda metodológica para la investigación. *Revista de Ciencias Sociales (Cr)*, 11(96), .[fecha de Consulta 4 de Junio de 2022]. ISSN: 0482-5276. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=15309604>
- Macca, L. S., Ballerini, J., Santoro, G., & Dabić, M. (2024). Consumer engagement through corporate social responsibility communication on social media: Evidence from Facebook and Instagram Bank Accounts. *Journal of business research*, 172, 114433.
- Morsing, M., Schultz, M., y Nielsen, K. U. (2008). The 'Catch 22' of communicating CSR: Findings from a Danish study. *Journal of Marketing Communications*, 14(2), 97-111.
- Pashma, K., y Rueda, C. (2021). Responsabilidad social como estrategia publicitaria de las empresas turísticas.
- Waddock, S., y Googins, B. K. (2011). The paradoxes of communicating corporate social responsibility. *The handbook of communication and corporate social responsibility*, 23-43.

COMUNICACIÓN, CULTURA Y COMPORTAMIENTO ORGANIZACIONAL: RUTAS PARA EL BIENESTAR LABORAL

Dra. Verónica Torres Sandoval

UNAM, Programa de Posgrado en Ciencias de la Administración (México) Contacto: v@unam.mx / Veronica@Torres-S.com



En buena medida, la calidad de vida laboral está determinada por la comunicación, el comportamiento y la cultura organizacional. De esta manera, el engranaje de los últimos tres elementos guarda una estrecha y directísima relación con dos de los *Objetivos de Desarrollo Sostenible*: el trabajo decente y la reducción de las desigualdades. Como es sabido, las brechas sociales y económicas que persisten en nuestra sociedad son evidentes en el horizonte laboral. A la luz de la Agenda 2030, las metas de desarrollo sostenible se mantendrán inalcanzables a nivel mundial indeterminadamente y los centros de empleo, por poseer el potencial de transformar nuestra realidad y nuestro futuro, constituyen importantes espacios de observación y crítica de esta situación.

En los centros de trabajo se replican y perpetúan prácticas que todavía hoy garantizan el rezago y la exclusión de grupos e individuos por su género, estado civil, preferencia sexual, creencias religiosas, origen, color de piel, discapacidad y edad, entre otros. Esto favorece la presencia de la discriminación y de la violencia económica en no pocos espacios de trabajo donde impune y sistemáticamente se anulan la dignidad, la equidad y los más elementales derechos laborales. Estas condiciones son observables en todos los niveles jerárquicos de la mayoría de las empresas, en franco desprecio por la capacidad y preparación de gran parte de sus integrantes a través de la normalización de comportamientos que, aunque por ilegales tendrían que resultar inadmisibles, terminan siendo alentados y premiados en culturas empresariales que se niegan a responder a las exigencias sociales contemporáneas y al bien común. Así, se refuerzan las múltiples condiciones que prolongan una creciente precariedad robustecida por un mercado laboral saturado, incrementándose la cantidad de personas en riesgo de vivir en condiciones de pobreza, lo que lastima más nuestro ya extremadamente frágil tejido social. Por supuesto, a pesar de este panorama desalentador, existen claras evidencias de prácticas de positiva y ejemplar integración laboral donde, a través de desarrollos organizacionales con un enfoque de responsabilidad social, se conciben y construyen nuevas culturas y comportamientos que, a través de la comunicación organizacional, ofrecen otros rumbos para alcanzar una digna vida laboral. De esta forma, con esta ponencia se comparten reflexiones resultantes de un estudio fenomenológico en curso, donde personal clave en la administración de personal de distintas empresas mexicanas ha narrado tanto sus vivencias en torno a su propia calidad de vida laboral, como sus opiniones profesionales respecto a distintos aspectos de la comunicación, la cultura y el comportamiento organizacional que inciden en el bienestar laboral en sus centros de trabajo.



REDE EM RUÍNAS: A VULNERABILIDADE DE UMA ASSOCIAÇÃO DE DIREITOS FRENTE A UM DESASTRE AMBIENTAL

Laura Nayara PIMENTA

Flávio Henrique Silva SANTOS

Universidade Federal de Alagoas, Maceió, AL

O afundamento do solo gerado pela Braskem começou a ser percebido em 2018, quando a população da cidade de Maceió, Alagoas, sentiu pela primeira vez as consequências de décadas de exploração mineral em área urbana: fortes tremores foram percebidos pelos moradores dos bairros do Pinheiro, Mutange, Bebedouro, Farol e Bom Parto. O processo extrativista realizado pela petroquímica afetou severamente os cinco bairros e gerou o rompimento de uma das 35 minas (Mina 18) localizadas às margens da Lagoa Mundaú, cujos impactos ainda estão sendo mensurados - a mina rompeu no dia 10 de dezembro de 2023. Os bairros adjacentes aos cinco principais afetados, como é o caso de Chã de Bebedouro, encontram-se em estado de isolamento, principalmente pelo esvaziamento do entorno. Tal bairro sofre com a falta de apoio da Braskem, com a desvalorização dos seus imóveis e convive diariamente com o perigo do colapso das demais minas e com a violência que se instalou diante do abandono e do esvaziamento da comunidade. Nessa conjuntura, o projeto de extensão do curso de Relações Públicas da Universidade Federal de Alagoas, o Laboratório Colaborativo de Comunicação CoLabCom, atua para construir conjuntamente estratégias de comunicação com coletivos, associações e projetos sociais das comunidades afetadas pelo referido desastre, engendrando o fazer acadêmico e o conhecimento popular advindo das vivências destas comunidades, em um processo mútuo de construção e aprendizado. O projeto trabalha com dois coletivos: o Movimento Unificado das Vítimas da Braskem (MUVB) e a Associação da Criança e do Adolescente da Chã de Bebedouro (ACACB).

Aqui nosso foco será a ACACB. Nosso objetivo é refletir sobre um dos problemas que foram levantados durante a etapa de diagnóstico colaborativo de comunicação realizado com a Associação: a carência de articulação em rede com os conselhos de direito do município e do estado.

A ACACB surgiu na década de 1980, com a junção de um grupo de mulheres religiosas católicas que premidas pela Campanha da Fraternidade de 1987, cujo tema era “Quem acolhe o menor, a mim acolhe.”, resolveram desenvolver ações com as crianças e os adolescentes da gruta do Arranha-céu, localizada no bairro Chã de Bebedouro. No início, o foco era na alfabetização das crianças que estavam fora da escola, que passavam o dia na rua, mexendo nos lixos em busca de alimentos. A maioria dessas crianças vinha de famílias desestruturadas e sequer tinham registro. Muitas das mães dessas crianças faziam assaltos na região, influenciando seus filhos na criminalidade.

Desde o início, as fundadoras da ACACB integraram o Movimento Nacional de Meninos e Meninas de Rua, chegando a participar da votação simbólica do Estatuto da Criança e do Adolescente. Com o passar dos anos, os desafios da Associação foram se modificando, mas uma coisa permanecia: a preocupação com a promoção e proteção dos direitos infantojuvenis. Atualmente, as coordenadoras observam que houve um aumento do índice de violência contra a criança, bem como aumentaram a discriminação social e a drogadição. Para atuar nesse cenário, a ACACB desenvolve atividades de alfabetização, rodas de conversa de sensibilização, oficinas culturais (teatro, banda afro, etc), aulas de esporte, dentre outras.

O trabalho da ACACB está alinhado com os Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODS) da ONU. Os ODS foram adotados em 2015 e são um plano global para erradicar a pobreza, proteger o planeta e garantir prosperidade para todos até 2030. Sua relação com as crianças e os adolescentes é crucial. A



educação de qualidade (ODS 4) é essencial para o desenvolvimento cognitivo, emocional e social dos jovens, enquanto a saúde e bem-estar (ODS 3) asseguram um crescimento saudável. Erradicar a pobreza (ODS 1) e reduzir desigualdades (ODS 10), por sua vez, são vitais para proporcionar condições básicas e oportunidades equitativas à população infantojuvenil. A promoção de paz, justiça e instituições eficazes (ODS 16) garante um ambiente seguro e justo.

Nesse esteio, o CoLabCom iniciou um trabalho de diagnóstico comunicacional da ACACB, mapeou seus públicos, os vínculos que a Associação tem com eles e sistematizou os pontos mais estruturantes que precisam ser trabalhados para o fortalecimento dos vínculos do coletivo com os públicos mais estratégicos (Lima, Pedro e Faria, 2022). Dentre esses pontos, o que mais se destacou foi a desarticulação com a rede de proteção dos direitos infantojuvenis.

Constituída de atores majoritariamente situados em Maceió, a rede alagoana de proteção à criança e ao adolescente abarca entidades governamentais e organizações da sociedade civil. Estas estão inseridas numa cadeia recorrente de atividades como reuniões, seminários, formações, assembleia, dentre outras, nenhuma das quais a ACACB é convidada a organizar, expor demandas ou mesmo participar.

Colegiadamente, os atores mencionados compõem os conselhos municipal e estadual de direitos da população infantojuvenil. Eles são encarregados de realizar o controle social e definir os rumos da política institucional para a infância e adolescência em seus territórios, mas são apontados pela Associação como público distante e inacessível.

Percebemos, então, que a ACACB apresenta um baixo capital social nesse âmbito. Putnam (2000) percebe o capital social como um contíguo de vínculos horizontais entre as pessoas, como o resultado de redes sociais de engajamento e de princípios associativos que possuem um efeito concreto no desempenho produtivo da comunidade. Para o autor, os indivíduos têm maior possibilidade de mudar suas vidas, de obterem resultados efetivos em fóruns de participação, quando fazem parte de uma comunidade fortemente engajada civicamente. Além de estarem isolados dessa rede de proteção, a Associação vem sofrendo com a dificuldade de conseguir voluntários para atuar em seus projetos, o que também revela um obstáculo de engajamento.

A omissão contínua de atores governamentais frente a estas comunidades isoladas inviabilizou por anos seu pleno desenvolvimento no que concerne problemas relacionados à segurança, cultura, lazer e proteção, hoje potencializados pela ação predatória da Braskem. A desarticulação da ACACB nos canais de diálogo e espaços de tomada de decisões que dizem respeito a sua atuação, representam o apagamento da história de um movimento embrionário no contexto maceioense de defesa dos direitos infantojuvenis e o silenciamento das históricas violações de direito em sua comunidade.

Referencia

- LIMA, R. P.; PEDRO, E. A. S.; FARIA, R. F. Agência de Comunicação Solidária: uma busca por inéditos possíveis. In: SILVA, D. R.; HENRIQUES, M. S. (orgs.) Públicos em movimento: comunicação, colaboração e influência na formação de públicos. 1. ed. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2022.
- PUTNAM, R. Bowling alone: the collapse and revival of American community. Nova York: Simon & Schuster, 2000.



LA RESPONSABILIDAD SOCIAL ORGANIZACIONAL, UNA RESPUESTA DE LAS INSTITUCIONES EDUCATIVAS

Dra. Eva María Pérez Castrejón³

Dra. Cristina Barroso Camiade⁴

Hablar de la Responsabilidad Social Organizacional (RSO) debe ir más allá de un interés puramente económico, para tomar un rol social hay que destacar su importancia en el reconocimiento social de las instituciones que suponen la libertad, como capacidad y como elección (Capriotti, 2007, pp. 61-74). La RSO es el estado de conciencia que alcanzan las organizaciones públicas o privadas para la toma de decisiones que pueden impulsar los especialistas de la comunicación organizacional en la tarea de realizar lo correcto con los medios adecuados, con la intención de apuntar a un desarrollo sustentable, que equilibre a la sociedad, el medio ambiente y la sustentabilidad organizacional (Abreu & Mohammad, 2006). La Responsabilidad Social (RS) es un acto voluntario que responde al cumplimiento no sólo de sus clientes internos sino también de los clientes externos establecidos como grupos de interés (Ojeda & Lira, 2012). Este concepto que es parte de la formación de los especialistas de la comunicación organizacional se preocupa por la sociedad, así como del cuidado y preservación del entorno. Este concepto exterioriza el deber ser de las instituciones, las personas y grupos con relación a la sociedad, donde la responsabilidad es lo que hace que los seres humanos sean presos de la ética (Romero, 2004).

Cada institución educativa de nivel superior procede con RS cuando se responsabiliza de sus actos y de los efectos que éstos pueden ejercer en la sociedad, lo que le hace consciente si lo que hace o deja de hacer tiene un impacto positivo o negativo en la comunidad en la que vive y pertenece (De Dios et al., 2012). Ya que es el compromiso consciente y congruente que asumen los líderes de las organizaciones en lo económico, social y ambiental, a partir del respeto de valores éticos lo que les permite ayudar en la construcción del bien común con equidad social. La RSO es la forma en que se determinan las operaciones y la toma de decisión de las instituciones de nivel superior, a partir de sus diferentes perspectivas. Conjuntamente hay la obligación de dar una respuesta de manera particular y social (Chacín et al., 2009). Una de las finalidades de la RSO es que las relaciones humanas sociales sean mejores, fomentando una mayor calidad de vida en las personas. En una sociedad más justa y solidaria donde haya solución a las áreas de oportunidad (considerados problemas) a partir de acciones éticas como elementos determinantes en la formación de los especialistas de la comunicación organizacional quienes además contribuyen en conseguir los objetivos.

Para hablar de ética y de RSO en las organizaciones educativas formadoras de especialistas de la comunicación organizacional, se inicia recordando que la ética es una disciplina filosófica cuyo objeto de estudio es la moral, que trata del bien y fundamenta los valores. Es un saber que se dedica a orientar la acción humana de un modo racional y que la RS es un acto voluntario por parte de las organizaciones públicas y privadas que se preocupan por los temas sociales y ambientales en sus operaciones con clientes, proveedores, trabajadores, accionistas, entre otros, se cumple con las obligaciones de ley, se atiende al recurso humano y las relaciones con el entorno. La organización educativa, por naturaleza es un sistema dinámico de interacciones sociales y donde se observa de manera minuciosa las peculiaridades a la que se enfrenta la realidad actual. Ésta no sólo comprende al medio, sino se adecua a él a través de su estructura con relación a su contexto (Castro, 2001).

³ Dra. Eva María Pérez Castrejón, Dra. en Comunicación Aplicada por la Universidad Anáhuac México-Norte, profesora de la Universidad Popular Autónoma de Puebla (UPAEP), email: evamaria.perez@upaep.mx. México.

⁴ Dra. Cristina Barroso Camiade, Dra. en Comunicación Aplicada por la Universidad Anáhuac México-Norte, profesora de la Universidad Anáhuac México-Norte, email: cristina.barrosoca@anahuac.mx. México.



Por lo que cabe mencionar que los especialistas de la comunicación que se forman en este tipo de organizaciones, deben conocer las implicaciones tecnológicas y la influencia social que éstas pueden tener en los diferentes grupos sociales, por lo que se hace un espacio para hablar de estos temas. En primer lugar, saber que las organizaciones han aprovechado incorporar redes, plataformas y canales de comunicación, por lo que las interacciones entre éstas conforman el nuevo sistema de comunicación digital todo como un compromiso social (Aragón & Rocha, ,2009).

Los especialistas de la comunicación organizacional que se forman en las instituciones educativas son el soporte vital para la creación de una nueva imagen, donde la sociedad asuma el papel principal en la creación de contextos democráticos, que puedan legitimar al sistema. Los especialistas que se forman en instituciones educativas públicas y privadas adquieren responsabilidad social en un caminar a promover acciones éticas, sostenibles y respetuosas con la sociedad y el medio ambiente, con la intención de promover políticas de desarrollo a partir de argumentos sociales y morales.

La reflexión teórica que se desarrolla a lo largo de este trabajo nos lleva de la mano primero a la comprensión RSO y su relación con la ética en la formación del especialista de la comunicación organizacional, es claro que una no puede existir sin la otra. La ética va a ser la guía que le va a permitir a las organizaciones poner en práctica ser socialmente responsables, este es un fenómeno que cruza tangencialmente a todas las organizaciones sin importar su giro, sean públicas, privadas o del tercer sector. Sus acciones hacia sus públicos internos o externos no se podrían entender si no están enmarcadas en la ética, esto es parte de su esencia, en otras palabras, de su cultura organizacional

Por lo anterior, es que el papel de la ética y de la responsabilidad social son tan importantes dentro de las instituciones de educación superior, la responsabilidad que tienen de educar y formar a los futuros profesionistas no se podría entender sin ellas, la práctica profesional tiene que ir de la mano de estos dos conceptos, de otra forma estos individuos serían incapaces de contribuir con un impacto positivo en la sociedad y en las organizaciones en las que desarrollen su práctica profesional. Ellos se vuelven una extensión del ejercicio de la responsabilidad social y de la ética de las instituciones que los formaron profesionalmente.

Referencias

- Aragón, J. y Rocha, F. (2009). Los actores de la Responsabilidad Social Organizacional: el caso español. Cuadernos de Relaciones Laborales, 147-167.
- Abreu, José. L. y Badii, Mohammed (2006). Artículo “Análisis del concepto de responsabilidad social” Revista Daena: International Journal of Good Conscience. México.
- Capriotti, P. (2007): “Imagen y Reputación: Análisis de Similitudes y Diferencias Conceptuales”, Comunicación presentada en el 1º Congreso Internacional de Investigación y Relaciones Públicas, Sevilla, noviembre 2007.
- Castro Sáenz, B. (2001). La organización educativa: Una aproximación desde la complejidad. Estudios Pedagógicos, 97-110.
- Chacín, Migdy; Briceño, Magally y Zavarce, Carlos (2009) La Gerencia en las Organizaciones Sociales: Perspectiva Crítica Interpretativa / www.revistanegotium.org.ve 12 (4) 86-99.
- De Dios, Teresa & Oubiña, Javier, Hombre, Ética y Responsabilidad Social desde un enfoque antropológico, Dialnet, 29 – 37, México, 2012.
- Ojeda, J y Lira, G. (2012). Marco teórico de la Responsabilidad Social Corporativa. Pearson: México.
- Romero G., O. (2004). Crecimiento Psicológico y Motivaciones Sociales. Editorial Rogya, Mérida Venezuela.

MODELAGEM DA COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL: CAMINHO CÍCLICO A FAVOR DO DESENVOLVIMENTO?^[1]

LEITE, Sandra Nunes^[2]

MR BARROS, Vicente Julião^[3]



Universidade Federal de Alagoas, Brasil

O trabalho propõe reflexões iniciais de uma pesquisa motivada pelo diálogo entre duas outras investigações em andamento as quais se encontraram no cruzamento da Tecnologia da Informação com a Comunicação Organizacional. Procuramos, a partir de aspectos da Inteligência Artificial (IA), compreender o desenho relacional necessário à efetividade de arranjos institucionais para o cumprimento de políticas públicas. Foram realizados mapeamentos sistemáticos acerca da literatura cinzenta e também do conjunto de organizações de um possível arranjo institucional. Tendo em vista os relatos e as publicações da literatura cinzenta aqui considerados, questiona-se sobre a possibilidade de modelagem da comunicação no sentido de oferecer a esse desenho relacional de organizações caminhos cíclicos que possam conduzir ao desenvolvimento pretendido em políticas públicas.

Muito se discute sobre a intervenção da Inteligência Artificial (IA) nas atividades e debates do nosso cotidiano de forma que ela vem sendo, em grande medida, a figura central. Muito mais abrangente do que a automação de tarefas, ações e atividades que exigem tempo e esforço humano para sua execução a IA vem se constituindo em objeto de estudo não apenas na ciência da computação mas essencialmente vem requerendo perspectivas teóricas de outras abordagens uma vez que atravessa processos, situações e ambientes sociais. Por outro lado, o despertar da democracia no Brasil trouxe a discussão sobre a necessidade de composição de arranjos institucionais que devem ser constituídos por um conjunto de organizações que tenham por eixo central a construção e implementação de políticas públicas, tendo em vista o desenvolvimento humano. Com o nosso envolvimento no projeto em rede INCT/CNPq “Combate à fome: estratégias e políticas públicas para a realização do direito humano à alimentação adequada – abordagem transdisciplinar de sistemas alimentares com apoio de Inteligência Artificial” foi possível observar o território alagoano (no Brasil) e identificar diferentes organizações e seus modos de comunicação atentos ao combate à fome e à insegurança alimentar, mas distantes do que poderíamos chamar de arranjo institucional. Seria possível, então, que tal distanciamento pudesse ser resolvido por uma modelagem da comunicação organizacional comum nos integrantes desse ambiente?

A fase inicial da pesquisa se concentrou em capturar em algumas bases a produção cinzenta para perceber, por meio dos aspectos suscitados por ela, encaminhamentos que pudessem nos fazer pensar sobre assuntos ligados às questões sociais que requereram o olhar para a arrumação de arranjos institucionais em torno de políticas públicas. Também esteve direcionada a identificar as diversas organizações que poderiam compor o arranjo local, sabendo que tais organismos constróem ações individuais de comunicação.

As análises realizadas tiveram como sustenção os estudos produzidos acerca das relações públicas e da comunicação no âmbito das organizações (especificamente aqueles inaugurados por Margarida Kunsch) os quais nos indicam que é necessário considerar a diversidade comunicacional que povoa as relações internas e externas que caracterizam os vínculos desses organismos. No aspecto da comunicação, também recorremos a Muniz Sodré e Ciro Marcondes Filho. Voltamos o olhar à literatura que trata da Inteligência Artificial responsável e modelagem, assim como textos que discorrem sobre políticas públicas e arranjos institucionais, conforme referências apontadas.

Os dados colhidos indicaram que há esforços no sentido do desenvolvimento de uma IA justa, transparente, confiável e responsável verificada nos eventos, nas publicações, na criação de departamentos dedicados à IA Ética das grandes empresas de tecnologia e que visam a identificação dos efeitos na segurança, na privacidade e na sociedade. Se considerarmos os ambientes virtuais de comunicação e informação como aqueles que procuram dar conta de qualquer questão/curiosidade dos usuários chegamos ao pensamento de que, nessa medida, se configura no pensamento social a Inteligência Artificial como aquela com capacidade de, ao combinar textos presentes nesse universo, responder a todas as inquietações.



Entendemos os dados como informação primordial e sinal de alerta para as estratégias do arranjo local de instituições que possam nos conduzir à modelagem da comunicação nas organizações ao tratar das articulações essenciais desse arranjo entrecruzando-o com a IA e as políticas públicas?

REFERÊNCIAS

- DENIS, G. et al. Uso responsável da IA para políticas públicas: manual de formulação de projetos. Banco Interamericano de Desenvolvimento, 2021.
- DREYER, B. Teoria e prática de relações públicas: Uma metodologia para diagnosticar, construir e obter resultados com os relacionamentos. Summus Editorial, 2021.
- KUNSCH, M. M. K. Paradigmas e perspectivas epistemológicas dos estudos de comunicação organizacional. In: Anais do 18º Encontro Anual da COMPÓS, 2009, Belo Horizonte. Anais eletrônicos. Campinas, Galoá,. Disponível em: Acesso em: 10 nov. 2022.
- KUNSCH, M. M. K. Comunicação Organizacional: contextos, paradigmas e abrangência conceitual. MATRIZES, 8(2). São Paulo: ECA/USP. 2014. Disponível em <https://www.revistas.usp.br/matrizes/article/view/90446>. Acesso em: 10 nov. 2022.
- LEITE, S. N. A lógica midiática na ação comunicacional da inovação. Maceió: EDUFAL, 2009.
- LOTTA, G.; FAVARETO, A. Desafios da integração nos novos arranjos institucionais de políticas públicas no Brasil. In: Rev. Sociol. Polit., v. 24, n. 57, p. 49-65, mar. 2016. Disponível em <https://www.scielo.br/j/rsocp>. Acesso em 10 mar. 2024.
- MARCONDES FILHO, C. Teorias da comunicação, hoje. São Paulo: Paulus, Coleção Temas de comunicação, 2016.
- MARCONDES FILHO, C. Comunicologia ou mediologia?: a fundação de um campo científico da comunicação. São Paulo: Paulus, Coleção Comunicação, 2018.
- SODRÉ, M. A ciência do comum: notas para o método comunicacional. Petrópolis/RJ: Vozes, 2014.
- USP. GT Políticas Públicas de Combate à Fome e à Insegurança Alimentar. Projeto de Pesquisa INCT/CNPq, 2022.
- USP. GT Políticas Públicas de Combate à Fome e à Insegurança Alimentar. Proposta de combate à fome e à insegurança alimentar: relatório final, 2023.

[1] Trabalho apresentado no IV Encontro da Rede Latino-Americana de Pesquisa em Comunicação Organizacional (RedLaco); 2024.

[2] Professora do Instituto de Ciências Humanas, Comunicação e Artes, da Universidade Federal de Alagoas – UFAL, Brasil. Doutora em Ciências da Comunicação pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos. Email: snl@reitoria.ufal.br.

[3] Técnico em tecnologia da informação da Universidade Federal de Alagoas – UFAL, Brasil. Mestrando do Programa de Pós-Graduação em Informática do Instituto de Computação da UFAL. E-mail: vicentejmrbarros@gmail.com.



OBSERVATÓRIO DE CIDADES, O DIVULGAÇÃO DE INDICADORES NA GESTÃO PÚBLICA PARA O DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL

Dra. Ana Cristina Fachinelli (UCS)⁵

Dr. Ronei Teodoro da Silva (UCS)⁶

Ms. Vanessa Roveda(UCS)⁷

A utilização de dados é uma medida de grande importância nas tomadas de decisões dos setores privado e público. Partindo deste princípio, desenvolvemos a plataforma chamada Observatório de Cidades⁸, com o objetivo de disponibilizar aos gestores municipais uma interface com dados dinâmicos na qual é possível verificar a situação dos municípios do COREDE Serra (2023) com relação aos indicadores de Objetivos do Desenvolvimento Sustentável/ODS (NAÇÕES UNIDAS BRASIL, 2024), de *Smart Cities* ou, Cidades Inteligentes, baseado na ISO 32.122 (ISO, 2019) e do Sistema de Capitais (CARRILLO, 2014), ferramenta de categorização que visa identificar o conjunto do que é percebido como valioso nos níveis individual, organizacional e social. A sigla COREDE⁹ significa Conselho Regional de Desenvolvimento, iniciativa que tem como propósito a promoção do desenvolvimento regional sustentável, melhoria da qualidade de vida da população, distribuição equitativa da riqueza produzida, além da preservação e recuperação do meio ambiente e estímulo à permanência do homem em sua região. O Corede Serra é composto por 32 municípios da Serra Gaúcha/Brasil, abrangendo uma região de 6.947,5 km², com 948.165 habitantes (COREDE SERRA, 2015). A plataforma vai ao encontro do Plano Estratégico de Desenvolvimento Regional (2017) produzido para a serra, que refere-se ao período 2015-2030, com propostas de infraestrutura logística, energia, urbanismo e habitação, meio ambiente, turismo, setor produtivo, saúde, educação e segurança. Este Plano se caracteriza como um documento base para a definição de investimentos dos governos federal e estadual na região.

Na plataforma do Observatório de Cidades do Corede Serra, os municípios podem ser analisados nas três categorias anteriormente citadas, além de apresentar dados sobre a percepção da população quanto às dimensões que caracterizam cada um dos modelos. As informações disponíveis no sistema podem servir tanto como instrumento para os gestores das cidades, como para os cidadãos conhecerem dados sobre suas cidades de maneira visual, amigável, responsiva e cujas informações são abordadas em diferentes parâmetros.

A Metodologia utilizou 68 indicadores para retratar as cidades nas três categorias: ODS, Smart Cities e Sistema de Capitais. Analisamos a literatura científica relativa a cada um deles (ERGAZAKIS, METAXIOTIS, PSARRAS, 2006; MITCHELL, RYDER, 2013; OLIVEIRA, BISSACOT, 2016; RASMUSSEN, BANSAL, CHEN, 2009; VIEIRA, LIRA, OLIVEIRA, 2020; WINDEN, BERG, POL, 2007; YIGITCANLAR, O'CONNOR, WESTERMAN, 2008) e constituímos um conjunto de indicadores comuns possíveis de gerar análises das cidades brasileiras a partir de dados abertos disponíveis. Para validação dos dados, as análises foram baseadas em dois tipos de dados: os abertos obtidos em fontes oficiais e a percepção da população da região. Os critérios de seleção para os dados oficiais foram: confiabilidade da instituição, completude, gratuidade, usabilidade e atualidade dos dados. A partir da obtenção

⁵ Pós-doutora em Inteligência Estratégica - Universidad de Deusto (2010) Espanha, doutora em Ciências da Comunicação e da Informação - Université de Poitiers (2002), França; Mestre em Informação Estratégica e Crítica Vigília Tecnológica - Université Daix Marseille (1994), França, Bacharel em

Comunicação Social pela Universidade de Caxias do Sul (1989). Professora do Programa de Pós-Graduação em Administração e do Curso de Relações Públicas da Universidade de Caxias do Sul.

⁶ Doutor em Comunicação e Informação (2017) pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul - UFRGS.

Mestre em Ciências Sociais (2008) e Bacharel em Publicidade e Propaganda (2004) pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos - Unisinos. Coordenador e docente do Curso de Comunicação Social - Habilitação em Publicidade e Propaganda.

⁷ Mestre em Administração de Empresas (2010) e Bacharel em Comunicação Social - Habilitação em Relações Públicas (2007) pela Universidade de Caxias do Sul (UCS). Coordenadora e docente do Curso de Relações Públicas da Universidade de Caxias do Sul.

⁸ A Plataforma pode ser acessada em: <https://www.citylivinglab.com/observatorio-cidades-corede-serra>

⁹ Disponível em: <https://www.coredeserra.org.br/pagina/quem-somos>



dos dados, foram feitos os cálculos de distribuição dos valores por interpolação linear em índices que variam de 0 até 1, seguido do agrupamento dos indicadores de acordo com as três categorias. Por fim, os resultados mostraram que ao compararmos os indicadores objetivos do Corede Serra com os mesmos indicadores nas 10% melhores cidades do Brasil, vemos que a relação é a mesma nas três categorias, indicando que a região está abaixo do ponto de corte das melhores na maioria dos casos. Para se ter uma dimensão, enquanto o valor de corte médio das 10% é de 0,53 (numa escala de 0 a 1), a média do Corede é de 0,40 - cerca de 25% abaixo (OBSERVATÓRIO DE CIDADES, 2023). Esses dados foram apresentados às prefeituras das cidades participantes, que receberam também, o relatório do trabalho realizado¹⁰. Os dados indicam que há um caminho a ser trilhado para que o Corede se desenvolva. Podemos destacar, no modelo de Cidade Sustentável (ODS) os ODS 1, 6 e 12, respectivamente a Erradicação da pobreza, Água potável e saneamento e Consumo e produção responsáveis. No modelo de Smart Cities destacaram-se, negativamente, os aspectos de Águas, Águas Residuais e Esgoto, Governança, Meio ambiente e mudanças climáticas e Transporte e Segurança. E, finalizando, no modelo de Sistema de Capitais, os capitais Instrumental Intangível e Instrumental Tangível, que constituem todos os meios de produção necessários para que haja geração de valor.

Referências

- CARRILLO, Francisco Javier (Org.). Sistemas de Capitales y Mercados de Conocimiento. Monterrey: Grupo de Sistema de Capitales y Mercados de Conocimiento, 2014.
- COREDE SERRA. Perfil Socioeconômico COREDE. Secretaria do Planejamento, Mobilidade e Desenvolvimento Regional, Departamento de Planejamento Governamental, Governo do Estado do Rio Grande do Sul, 2015. Disponível em: <https://planejamento.rs.gov.br/upload/arquivos/201603/17095107-perfis-regionais-2015-serra.pdf> Acesso em: 12.ago.24
- _____. Plano Estratégico Participativo de Desenvolvimento Regional do COREDE Serra : 2015-2030 / Conselho Regional de Desenvolvimento do COREDE Serra – Caxias do Sul, RS : COREDE Serra, 2017.
- _____. Atualização do Plano Estratégico de Desenvolvimento (PED) para o período 2022-2030. Conselho Regional de Desenvolvimento da Serra, 2023. Disponível em: <https://consultapopular.rs.gov.br/upload/arquivos/202310/16171242-ped-2022-2030-corede-serra.pdf>. Acesso em: 12.ago.24
- ERGAZAKIS, K.; METAXIOTIS, K.; PSARRAS, J. Knowledge cities: the answer to the needs of knowledge-based development. Vine, v. 36, n. 1, p. 67–84, 2006.
- ISO. ISO 37122:2019 Sustainable cities and communities — Indicators for smart cities. Website da International Organization for Standardization. Disponível em: <https://www.iso.org/obp/ui/en/#iso:std:iso:37122:ed-1:v1:en>. Acesso em: 12.ago.24
- MITCHELL, J. J.; RYDER, A. J. Developing and using dashboard indicators in student affairs assessment. New Directions for Student Services, v. 2013, n. 142, p. 71–81, 2013.
- NAÇÕES UNIDAS. Objetivos de Desenvolvimento Sustentável. Website Nações Unidas. Disponível em: <https://brasil.un.org/pt-br/sdgs>. Acesso em: 12.ago.24
- OBSERVATÓRIO DE CIDADES. Relatório de Dados Região Corede Serra. City Living Lab City Livinglab: Programa de Pós-graduação em Administração - PPGA UCS Mestrado e Doutorado, Centro de Ciências Sociais, Universidade de Caxias do Sul - UCS, 2023. Disponível em: https://www.citylivinglab.com/files/ugd/35f904_16cb1796ac41452eba9399769c641e2b.pdf Acesso em: 12.ago.24
- OLIVEIRA, S. M.; BISSACOT, T. C. Instrumento para o gerenciamento de riscos ambientais. Eng Sanit Ambient, v. 21, n. 2, p. 227–232, 2016.

¹⁰ Disponível em: https://www.citylivinglab.com/files/ugd/35f904_16cb1796ac41452eba9399769c641e2b.pdf



- RASMUSSEN, N. H.; BANSAL, M.; CHEN, C. Y. Business dashboards: a visual catalog for design and deployment. John Wiley & Sons, 2009.
- VIEIRA, T.; LIRA, S.; OLIVEIRA, K. Análise das medidas de flexibilização e retomada de atividades durante a pandemia de covid-19 propostas em junho pelo governo do estado de alagoas. Alagoas, p. 10–15, 2020.
- WINDEN, W. V.; BERG, L. V.; POL, P. European cities in the knowledge economy: towards a typology. Urban Studies, v. 44, n. 3, p. 525–549, 2007.
- YIGITCANLAR, T.; O’CONNOR, K.; WESTERMAN, C. The making of knowledge cities: melbourne’s knowledge-based urban development experience. Cities, v. 25, n. 2, p. 63–72, 2008.



ANÁLISE DE PRÁTICAS E DISCURSOS DE ORGANIZAÇÕES NA CIDADE DE JOÃO PESSOA: UM ESTUDO SOBRE O GREENWASHING

Isadora Pricila Jácome RAMALHO - UFPB/Brasil

Suzy Priscila Jácome de OLIVEIRA - COIMBRA/Portugal
Caroline Delevati COLPO - UFPB/Brasil

O presente estudo promove a reflexão do tema greenwashing por meio de estudos existentes sobre a temática e o impacto dos discursos das organizações na sociedade. O artigo propõe uma reflexão por meio da análise de discursos de organizações da cidade de João Pessoa, capital da Paraíba, Brasil. Além disso, inclui a análise de conteúdo das redes sociais das empresas investigadas. Nesse sentido, o estudo centrou-se em recentes denúncias envolvendo empresas da Paraíba em contraste com o seu discurso ecológico, que configura-se na prática de greenwashing.

PALAVRAS-CHAVE: greenwashing; organização; discurso; responsabilidade social

Observa-se um crescimento exponencial de empresas que incorporam o discurso verde, ou seja, organizações que afirmam ser sustentáveis. Para Santos e D'Almeida (2017), as organizações ajustam e moldam seus relatos para atender às exigências políticas da sociedade em que estão inseridas. Dessa forma, a construção de narrativas pelas organizações visa a diversos objetivos, como autopromoção, midiaticização, mudança e integração. Nesse contexto, Segundo Haski (2022), Responsabilidade Social Empresarial (RSE) surge como um novo modelo de organização empresarial, que vem “ganhando mais atenção, popularidade e proeminência nessas últimas décadas”, ao visar responder às necessidades sociais e discutir a “função das empresas na sociedade”.

Segundo Shabbir Hussain and Varshney (2018), O termo "greenwashing" pode ser definido como o ato de enganar o público a respeito das práticas ambientais de uma organização criando uma falsa impressão de responsabilidade ambiental.

Segundo Xie, Liu, Liu et al. (2024), o discurso de organizações envolvidas greenwashing, pode ser compreendido como um elemento do processo de troca em que as organizações buscam promover sua reputação e o aumento de lucratividade enganando as partes interessadas, com uma narrativa voltada para responsabilidade social por meio da sustentabilidade.

ANÁLISE DO DISCURSO NAS ORGANIZAÇÕES

Para Kroetz, Souza e Ferraro (2018), a análise do discurso surgiu nos anos 1950 e 1960 e foi desenvolvida pelo sociólogo francês Michel Foucault em suas obras. Esta abordagem analítica do discurso pressupõe que o discurso não é apenas uma ferramenta de comunicação, mas também uma forma de entender como o poder se conecta a determinadas formas de expressão..

Deste modo, o modelo de análise do discurso, se torna uma ferramenta essencial para o estudo da comunicação social, que investiga os discursos das organizações, com o objetivo de reiterar observações elucidadas ou omitidas no discurso.

Em maio de 2024, a cidade de João Pessoa foi afetada por irregularidades na sua orla, quando uma operação conjunta da Sudema, Cagepa, Semas, Seinfra e Polícia Federal da Paraíba detectou que estabelecimentos locais estavam descartando dejetos nas praias. Entre os responsáveis pela poluição destacam-se o restaurante Bar do Cuscuz e o hotel Nord Easy. A divulgação desse relatório gerou descontentamento popular, levando o movimento social Esgotei a mobilizar um protesto em 11 de maio, exigindo ações concretas e maior rigor nas fiscalizações por parte das entidades públicas.

Em uma nota de esclarecimento no instagram, o Bar do Cuscuz contesta as acusações, alegando não ter encontrado "irregularidades relevantes em quaisquer estruturas do Bar suficientes para caracterizar crimes ambientais", apesar das evidências de danos. A empresa reconhece o fechamento de uma de suas caixas pluviais



que deságuam no mar como um problema, mas afirma tê-lo resolvido imediatamente. Reforça seu compromisso com a conformidade legal, defendendo sua inocência diante das denúncias e criticando o embargo e fechamento do bar como uma medida drástica e inadequada. Além disso, a empresa afirma que entende a necessidade de ter constante atenção aos impactos ambientais declarando-se comprometida com o meio ambiente.

Figura 1 - Postagem do instagram nota de esclarecimento Bar do Cuscuz
bardocuscuzjp ESCLARECIMENTO

Após a fiscalização da Sudema, que aconteceu em 3 diferentes ocasiões nos últimos dias (sexta, segunda e quarta-feira), o Bar do Cuscuz vem esclarecer alguns pontos importantes para a sociedade.

Nos dias 10 e 13/5, datas da primeira e segunda fiscalização, a Sudema constatou que não havia irregularidades relevantes detectadas em quaisquer estruturas do Bar suficientes para caracterizar crimes ambientais. A única questão observada em nossos encanamentos, na visita do dia 10/5, foi o fechamento de uma de nossas caixas pluviais que deságua no mar - porém, sem nenhuma irregularidade relevante detectada. E mais importante: ao contrário do que foi noticiado, não há nenhum duto ou cano despejando diretamente água de esgoto no encanamento de água pluvial da CAGEPA.

Neste dia 15/05, mais uma vez durante fiscalização no Bar do Cuscuz que durou quase 5 horas, novamente se constatou que não havia irregularidades relevantes detectadas em quaisquer estruturas do estabelecimento. Durante a visita, foi observado que a água utilizada na limpeza da casa de lixo, poderia escorrer pelo vão de acesso e desaguar na calçada, supostamente, alcançando a rede pluvial. A Sudema solicitou a instalação de um ralo adicional na porta em um prazo de 5 dias. Ainda durante a visita, foi executada a melhoria já solucionando o possível problema de forma imediata.

Fonte: @bardocuscuzjp

O hotel Nord Easy, autodeclarada como "a maior rede de hotéis à beira-mar do Brasil", foram promovidas palestras sobre meio ambiente um mês após a detecção de irregularidades em 10 de julho de 2024. Até o momento da pesquisa, não foram encontradas postagens e esclarecimentos sobre o envolvimento da rede de hotéis com as mencionadas irregularidades.

Figura - 3 reportagem palestra sobre meio ambiente



Nord Promove Palestras Sobre Meio Ambiente E Secretário Destaca O Protagonismo De João Pessoa



A Semana do Meio Ambiente voltou a trazer para João Pessoa o protagonismo de ser considerada a segunda cidade mais verde do mundo e, ao mesmo tempo, a peso da responsabilidade de termos

Fonte: nordhoteis.com¹¹

A pesquisa revelou a fragilidade do discurso das organizações locais diante das denúncias sobre a balneabilidade das praias. A falta de transparência pode danificar a reputação das organizações, apesar das estratégias bem-intencionadas. Segundo Xie, Liu, Liu et al. (2024, p. 1), "greenwashing" refere-se ao encobrimento de informações negativas sob uma fachada de ambientalismo. Essa desconexão entre discurso e prática pode gerar desconfiança pública e prejudicar a imagem institucional, minando os esforços genuínos de preservação ambiental.

Referências:

Blaha, S.; Lambrechts, W.; Mampaey, J. Twalk your talk: on the (non)-formative influence of corporate social responsibility communication on supply chain sustainability measures.

Sustainability, v. 13, p. 9754, 2021. Disponível em: <https://doi.org/10.3390/su13179754>. Acesso em: 12 jul. 2024.

Haski, Ieventhal Debbie. Strategic corporate social responsibility: a holistic approach to responsible and sustainable business. Los Angeles: SAGE, 2022.

¹¹ Dados 12 de julho de 2024

Disponível: https://www.nordhoteis.com.br/blog-nord_promove_palestras_sobre_meio_ambiente_e_secretario_destaca_o_protagonismo_de_joo_pessoa-147.html



Kroetz, Ketlin; Souza, Solange; Ferraro, José. Michael Foucault e a Análise do Discurso. In: Lima, Valderez; Harres, João; Paula, Marlúbia (Org.). Caminhos da pesquisa qualitativa no Campo da Educação em Ciências: Pressupostos, abordagens e possibilidades. Porto Alegre: EDIPUCRSEditora Universitária da PUCRS, 2018. p. 171-182.

Santos, Larissa Conceição dos; D'Almeida, Nicole. Narrativa e comunicação organizacional. *Organicom*, ano 14, n. 26, p. 290, 1º sem. 2017.

Shabbir Hossain, R. V.; Varshney, S. Is the current way of promoting sustainability sustainable? *Journal of Nonprofit & Public Sector Marketing*, vol. 31, no. 1, pp. 84-113, 2018. Available at: <https://doi-org.ez15.periodicos.capes.gov.br/10.1080/10495142.2018.1526735>. Accessed on: July 12, 2024.

Xie, Z.; Liu, Y.; Liu, Y.; et al. Unraveling the dynamics of greenwashing: exploring the nexus between transparent corporate practices, employee perspectives, and the impact of ethical leadership. *Environmental Development and Sustainability*, 2024. Available at: <https://doi-org.ez15.periodicos.capes.gov.br/10.1007/s10668-024-04665-8>. Accessed on: July 12, 2024.



PROGRAMAS INSTITUCIONAIS COMO ESTRATÉGIA DE ALCANCE DOS ODS: O CASO DA SINPETE E DA EXPEDIÇÃO CIENTÍFICA DO BAIXO SÃO FRANCISCO

Danielly Maria Marques de LIMA

Janaina Alves Pereira Almeida dos SANTOS

Rose Mary Ferreira Pereira GOMES

Este estudo tem como objetivo apresentar e analisar dois programas institucionais desenvolvidos pela Universidade Federal de Alagoas (UFAL): a Semana Interinstitucional de Pesquisa, Tecnologia e Inovação na Educação Básica (Sinpete) e a Expedição Científica do Baixo São Francisco. Ambas as iniciativas possuem a finalidade de aplicar os conhecimentos e saberes produzidos pela universidade para populações e regiões de difícil acesso; além de proporcionarem o deslocamento de laboratórios e centros de pesquisa para fora de sua estrutura física, o que as caracterizam como programas de pesquisa e de extensão.

Partimos do entendimento de que os programas institucionais são importantes ferramentas da Comunicação Organizacional, uma vez que “são ações concretas levadas a efeito, por uma organização, para alcançar determinados objetivos de comunicação com seus públicos, delineados no processo de planejamento” (Kunsch, 2003, p. 381).

Concordamos com a autora no que diz respeito aos princípios norteadores dos programas institucionais enquanto instrumentos de relações públicas, especialmente no que se refere a:

[...] Ter como orientação e diretrizes a filosofia e as políticas de comunicação estabelecidas; contribuir para que a organização fixe seus valores, cumpra sua missão e visão, bem como alcance seus objetivos; ser planejado e executado por pessoal técnico especializado, que tenha base conceitual do campo e conhecimento técnico (op. cit., p. 384).

Além disso, as duas iniciativas analisadas dialogam com os princípios institucionais da UFAL, conforme descrito em sua missão:

A UFAL tem por missão produzir, multiplicar e recriar o saber coletivo em todas as áreas do conhecimento de forma comprometida com a ética, a justiça social, o desenvolvimento humano e o bem comum. Seu objetivo é tornar-se referência nacional nas atividades de ensino, pesquisa e extensão, firmando-se como suporte de excelência para as demandas da sociedade (UFAL, 2024).

A Sinpete acontece simultaneamente à Semana Nacional de Ciência e Tecnologia, do Ministério da Educação, e é realizada em colaboração com o Instituto Federal de Alagoas (IFAL), a Universidade Estadual de Alagoas (UNEAL), a Universidade Estadual de Ciências da Saúde de Alagoas (UNCISAL), a Secretaria de Estado da Educação de Alagoas (SEDUC-AL) e a Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de Alagoas (FAPEAL); tendo como objetivo promover o estímulo à iniciação científica e tecnológica, valorizando o protagonismo de crianças, jovens e adultos, por meio da conexão entre a Educação Básica e Superior, em diferentes municípios de Alagoas (Sinpete, 2023).

O público-alvo são alunos do Ensino Fundamental (anos finais) e Médio. Na edição de 2023, cujo tema foi “Ciências Básicas para o Desenvolvimento Sustentável”, cerca de 10 escolas estaduais participaram, ao longo de cinco dias de programação. É possível, portanto, asseverar que o programa Sinpete se destaca na proposta de alcançar o ODS 4, que trata de assegurar a educação inclusiva e equitativa e de qualidade, além dos ODS 5; 10; 16 e 17.

Já o programa das Expedições Científicas do Baixo São Francisco surgiu, em 2018, da necessidade de se gerar políticas públicas embasadas em dados científicos, com diagnóstico participativo e multidisciplinar sobre a situação econômica, social e ambiental da região, avaliando os impactos na atividade pesqueira, no manejo do solo, agricultura, turismo, abastecimento dos municípios, na saúde da população e no modo de vida das comunidades tradicionais. As Expedições têm permitido não somente o acompanhamento e comparação dos dados em diferentes períodos, como também ampliado o conhecimento da região em 35 áreas de pesquisa, por meio da publicação de artigos científicos, relatórios, livros e cartilhas educativas.



Atualmente, é o maior programa de biomonitoramento ambiental em águas continentais brasileiras, percorrendo 250 km do baixo curso do rio, entre os Estados de Alagoas e Sergipe. Em 2023, durante a 6ª edição, oito cidades foram contempladas com pesquisas e ações nas áreas de saúde e educação ambiental, além da foz do rio, onde os manguezais estão localizados.

Em 2022, a iniciativa foi escolhida pelo Instituto Cidades Sustentáveis, como uma das dez experiências mais exitosas de integração entre municípios e Instituições de Ensino Superior (IES) do Brasil, e chama atenção por contemplar 13 dos 17 ODS, direta ou indiretamente, como erradicação da pobreza, agricultura sustentável, educação de qualidade, água potável e saneamento básico, através da parceria entre cientistas, gestores públicos e instituições de todo o Brasil.

As pesquisas, realizadas *in loco* e em diversos laboratórios, são oriundas de esforços, fomento, apoio e ações de instituições como a UFAL, Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovação (MCTI), Ministério da Pesca e Aquicultura (MPA), Comitê de Bacia Hidrográfica do São Francisco (CBHSF), Companhia de Desenvolvimento dos Vales do São Francisco e do Parnaíba (CODEVASF), FAPEAL e outras 30 entidades.

As ações descentralizadas dos programas analisados cooperam para que o alcance seja maior e, por conseguinte, maiores sejam os resultados atingidos. Nesse sentido, vê-se que a UFAL cumpre a sua função social, enquanto agente promotora de mudanças, em consonância com seu Estatuto e Regimento Geral (2006), que estabelece, entre seus objetivos, a promoção da extensão universitária, promovendo o acesso democrático ao conhecimento e atuando como um instrumento na redução das desigualdades regionais e locais.

Na atual conjuntura, a busca por instituições que incorporem a responsabilidade social e ambiental em suas práticas representa um imperativo para o sucesso e a sustentabilidade das organizações. Além de apoio e adesão, as organizações e instituições públicas são cobradas por ações tangíveis e mensuráveis que demonstrem seu compromisso com o bem-estar social e a preservação do planeta. E, retomando a visão de Kunsch (2003), as organizações podem alcançar a influência desejada no cenário político e social através de uma comunicação estratégica e engajadora, na qual os programas institucionais se tornem instrumentos estratégicos na construção de uma cultura de responsabilidade e para a promoção de ações que contribuam para o alcance dos ODS.

Assim, entendemos que priorizar ações mais sustentáveis e alinhadas aos ODS, como a Sinpete e a Expedição Científica do Baixo São Francisco, torna-se uma estratégia importante para que a UFAL possa gerar bons resultados para a sociedade, para a própria organização e para o planeta; ao demonstrar compromisso com o bem-estar social e a sustentabilidade, atrelado aos objetivos e missão institucionais.

REFERÊNCIAS

EXPEDIÇÃO CIENTÍFICA DO BAIXO SÃO FRANCISCO. Quem somos, 2023. Disponível:

<https://ufal.br/ufal/pesquisa-e-inovacao/programas/expedicao-cientifica-do-rio-sao-francisco/quemsomos>.

Acesso: 12 jun. 2024.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. Planejamento de Relações Públicas na Comunicação Integrada. Ed. Rev. e Ampl. - São Paulo: Summus, 2003.

ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS (ONU). Objetivos de Desenvolvimento Sustentável, 2024. Disponível:

<https://brasil.un.org/pt-br>. Acesso: 13 de jun 2024.

SEMANA INTERINSTITUCIONAL DE PESQUISA, TECNOLOGIA E INOVAÇÃO NA EDUCAÇÃO (SINPETE). Apresentação, 2023. Disponível:

<https://evento.ufal.br/sinpete-2023>. Acesso: 6 de jun de 2024.

UNIVERSIDADE FEDERAL DE ALAGOAS (UFAL). Apresentação, 2024. Disponível:

<https://ufal.br/ufal/institucional/apresentacao>. Acesso: 6 jun 2024

_____. Estatuto e Regimento Geral da UFAL, 2006. Disponível: https://ufal.br/transparencia/institucional/Estatuto_Regimento_Ufal.pdf. Acesso: 8 jun 2024.



LAS RELACIONES PÚBLICAS EN EL MARCO DE LA COMUNICACIÓN SOBRE EL CAMBIO CLIMÁTICO. EXPERIENCIA DE LA ALIANZA PARA LA ACCIÓN CLIMÁTICA VENEZUELA

Agrivalca Canelón

La concienciación en torno al cambio climático resulta cada vez más apremiante. Sensibilizar con información oportuna, pertinente y veraz para lograr una comprensión clara del problema; amplificar el alcance de los mensajes en aras de implementar acciones de resiliencia climática y descarbonización; y abrir espacios para el diálogo y la participación de los ciudadanos de cara a la ideación de soluciones, así como para la aplicación de estrategias climáticas integrales desde su propia cotidianidad, constituye un paso crucial (Wu, Largo, Yang, Xinru & Chen, 2022).

La comunicación suele permanecer ausente en la agenda de la gobernanza climática. A lo sumo, se circunscribirse a una dimensión instrumental (cobertura en medios de comunicación, campañas de marketing, iniciativas de *branding*, difusión en redes sociales), con un enfoque unilateral (producción y distribución masiva de mensajes a audiencias poco diferenciadas). En ese sentido, se desdeñan las bondades que, desde su función social, aportan las Relaciones Públicas para socializar a grupos de interés específicos, especialmente bajo la perspectiva del trabajo en Sostenibilidad y Responsabilidad Social (Pompper, 2015).

La ponencia presenta los avances en torno a una propuesta conceptual en desarrollo centrada en el rol de las Relaciones Públicas en la comunicación sobre el cambio climático (Galloway & Lynn, 2007/8). El planteamiento se ilustra bajo el referente de la Innovación Social, a partir del cual se contextualizan los desafíos de comunicación que involucran la activación y consiguiente gestión de inteligencia colectiva colaborativa para coproducir respuestas orientadas al desarrollo sostenible (Rey-García, Salido-Andrés, Sanzo-Pérez & Álvarez-González, 2016).

Se asume como premisa que, dentro del campo de la acción social, las redes de cooperación, sinergia y asociatividad encarnan un factor medular que nutre las dinámicas socialmente innovadoras (Ziegler, 2017), siendo, al decir de Tomasello (2013), el marco en el que evoluciona la comunicación mediante la construcción de alianzas intersectoriales y multiactor catapultadas desde el ODS 17. De esta manera, las relaciones proporcionan un soporte estructural con miras al sostenimiento de las actividades de creación de valor (Ballantyne & Varey, 2006; Plaza-Úbeda et al., 2009), signadas por responsabilidades compartidas, objetivos complementarios y crecimiento mutuo entre los participantes del proceso.

A los efectos empíricos, se aborda como caso de estudio la experiencia de la Alianza para la Acción Climática Venezuela, una plataforma en la que participan, de manera independiente, organizaciones venezolanas para la acción por la mitigación y la adaptación ante la emergencia climática. Fue creada en marzo de 2021 y está integrada por 18 miembros, incluyendo Organizaciones No Gubernamentales (ONG), representantes de universidades y coordinadores de programas y proyectos climáticos. Se encuentra disponible como @AccionClimaVzla tanto en Twitter como en Instagram.

En esta primera fase, se recurre a un diseño de investigación exploratorio, con carácter cualitativo, sustentado en el arqueo bibliográfico de fuentes académicas y la aplicación de entrevistas semi-estructuradas a informantes clave pertenecientes a la Alianza con el fin de determinar el rol otorgado a la comunicación (desde el punto de vista normativo y funcional), para generar relaciones, fortalecer vínculos y posibilitar la confianza entre las organizaciones miembro. Sobre esta línea base, se obtiene un primer diagnóstico a partir del cual se esboza un balance de las fortalezas-oportunidades, junto a las debilidades y amenazas, que supone el liderazgo estratégico de la Alianza como intermediario/facilitador orientado al encuentro de visiones, lenguajes y proyectos multiactor (Mataix, 2018). Asimismo, se propone un primer conjunto de recomendaciones a las directivas de la Alianza con vistas a optimizar los espacios y los esfuerzos de comunicación actuales, amén de materializar los potenciales, apelando para ello al proceso y las herramientas de las Relaciones Públicas.



¿QUÉ SABEN LOS Y LAS NUEVAS PROFESIONALES DE LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL EN ARGENTINA SOBRE EL CAMBIO CLIMÁTICO?

Gabriela Pagani

Universidad del Salvador

Argentina

El trabajo que se presenta busca indagar acerca del conocimiento que tienen los y las jóvenes profesionales de comunicación organizacional sobre el cambio climático y la importancia de las políticas medioambientales de las empresas en el momento de decidir su ingreso a un nuevo trabajo. Distintos relevamientos en Argentina indican que una de las preocupaciones de los jóvenes es el cambio climático y que sostienen que para revertirlo deben realizarse acciones colectivas. Paralelamente, aunque el salario sigue siendo el mayor decisor para incorporarse a un trabajo otros aspectos como el compromiso con la comunidad o la implementación de miradas DEI impactan en la elección de empleo. En este contexto se busca indagar sobre el conocimiento y la importancia que le da el talento que se está incorporando al mercado argentino de la comunicación organizacional al cambio climático en tiempos en que la sustentabilidad es una vertical del negocio. Para cumplir el objetivo se realizará una encuesta a 175 jóvenes estudiantes y graduados recientes que integran el Consejo Profesional de Relaciones Públicas de la República Argentina.



REFLEXÕES SOBRE A COMUNICAÇÃO DE CRISE NA GESTÃO DO ABRIGO TEMPORÁRIO DA UNIVERSIDADE DO VALE DO RIO DOS SINOS – UNISINOS, EM SÃO LEOPOLDO

Cristiane Schnack
Cybeli Moraes
Taís Motta
Unisinos - Brasil

Este texto parte de uma experiência empírica, que permitiu refletir sobre a comunicação de crise e de risco na gestão de um abrigo emergencial, durante um evento climático que assolou o estado do Rio Grande do Sul (RS), no sul do Brasil.

Para Viana (2008, p. 181 *apud* FORNI, 2013), emergências referem momentos de exceção que pedem decisões que não se encaixam na cadeia de comando usual. A emergência é contornável, mas as crises aumentam de intensidade. Crise seria qualquer situação que ameça a integridade de pessoas, propriedades e negócios, arranhando reputações e impactando valores de mercado.

Em maio de 2024, o RS sofreu a maior tragédia climática da história do país. Além da perda de 173 vidas e 3,1 milhão de pessoas afetadas, os prejuízos financeiros ultrapassam R\$ 10 bilhões nos setores público, privado e habitacional em 478 municípios (CNM, 2024). A cidade de São Leopoldo emitiu estado de calamidade pública, tendo mais de 70% do município atingido. A proporção do evento e a falta de comunicação preventiva fizeram com que a cidade preparasse apenas dois abrigos no estágio inicial da crise e tivesse, no ápice, outros 130.

Após fazer parte da gestão do abrigo da Unisinos, que acolheu mais de 1.500 pessoas, as autoras refletem sobre a comunicação de crise e de risco na gestão desse tipo de organização temporária. O poder público, que inicialmente solicitou apenas a cedência do espaço, não teve condições estruturais de manter a gestão do abrigo. Com isso, um grupo de professores e funcionários voluntários formou um comitê de governança para a “mini cidade”, que embora temporária, requeria estruturas de gestão como qualquer organização.

Foram criados processos, funções, atividades, diretrizes e políticas próprias para que os acolhidos e voluntários tivessem a melhor experiência na Universidade. Além disso, sempre existiu a preocupação em manter a reputação da Unisinos como instituição respeitada pela comunidade de São Leopoldo, do estado e do país.

Fator fundamental para o desenvolvimento de uma governança sólida, a reputação é ativo intangível difícil de mensurar - e torna-se mais relevante diante das redes digitais que conferem contínuas variações nas relações humanas, de trabalho e de consumo (ABILIO, 2018). Forni (2013, p.45) afirma que “em média, ativos intangíveis representam cerca de 65% do valor de mercado da maioria das empresas públicas”. Para o autor,

O processo ativo de criar uma forte reputação é chamado de *reputing* e [...] significa ter ações e comunicação que façam você relevante para seus *stakeholders*. *Reputing* alinha identidade (o que a companhia é), comunicação (o que a companhia diz) e ações (o que a companhia faz). [...] é um processo desenhado para construir e reforçar relações confiáveis entre a empresa e seus *stakeholders*. (*idem, ibidem*).

Constatou-se, ao longo da crise, a complexidade que requer o acolhimento de cidadãos, até em função da in experiência em situações do tipo, pois como refere Machado (2024), ainda vivemos expostos, no Brasil, a riscos que o estado, as organizações privadas e o poder público não estão preparados para enfrentar.

Inicialmente, a natureza emergencial do abrigo da Unisinos dificultou a reflexão sobre os papéis de governança necessários, que se constituíram de forma intuitiva e não estratégica, fazendo com que a gestão da comunicação vivenciasse vários desafios. Esse aspecto não impactou diretamente o processo diário, mas poderia ter minimizado ruídos que precisaram de mais esforços para serem desfeitos.

Posteriormente identificados os mecanismos de gestão de comunicação mais adequados para o contexto - como a criação de processos de resposta para os diversos públicos e atividades, que contava com ferramentas digitais como



15 grupos de Whatsapp e um Google Drive - a governança mais estruturada foi determinante para o desenvolvimento de relacionamento, confiança e transparência com os mais de 500 voluntários que atuaram no abrigo. Foi por meio dessas ferramentas que os documentos com as diretrizes de trabalho dos quatro cargos de atuação e das 16 atividades diárias do abrigo eram atualizados e acessados, em tempo real, por todos os integrantes das equipes, conferindo caráter dinâmico e coletivo na construção da governança.

A Universidade também contava com uma infraestrutura privilegiada, com um campo de futebol que pôde ser usado como heliponto – daí a escolha do campus como lugar de armazenamento de doações e ponto de reuniões de chefes de estado municipais, estaduais e federais, bem como de organizações internacionais, como o ACNUR-ONU. A entrega diária de informações oficiais e verificadas sobre o abrigo e os acolhidos também fortaleceu e protegeu a Unisinos, ganhando visibilidade na imprensa nacional e internacional.

A intensa comunicação com a equipe de voluntários durante os diversos eventos diários minimizou impactos nas rotinas dos acolhidos, que eram informados das adaptações de horários nos 24 serviços oferecidos para o bemestar dos sujeitos, durante 24h, ao longo de 25 dias. Tais aspectos foram fundamentais para manter a reputação da Universidade Jesuíta, que abriu suas portas a partir de um chamado da gestão municipal.

Para finalizar, argumentamos: a discussão sobre a gestão de um abrigo voluntário, orientado pela ação humanitária, nunca foi tão urgente e necessária, carecendo de estudos de comunicação para conferir confiança e agilidade de atuação a tantos e tantas envolvidos.

Referências

- ABILIO, Carolina. Relações humanas em meio às conexões digitais. Boletim CEST-USP. Volume 3, n.5, junho 2018. Disponível em: <https://encurtador.com.br/c7IYE>. Acesso em: 23 jun. 2024.
- CNM – Confederação Nacional de Municípios. Prejuízos com as chuvas no Rio Grande do Sul passam de R\$ 10 bilhões. In CNM. Brasília, 17 maio 2024. Disponível em: <https://shre.ink/Dvmr>. Acesso em: 23 jun. 2024.
- FORNI, João José. Gestão de Crises e Comunicação. São Paulo: Atlas, 2013.
- MACHADO, Jones. Quando a barbárie é institucionalizada, a crise é permanente. In Risco e Crise no contexto da comunicação organizacional. Santa Maria, RS: Ed. dos Autores. 2024.



CIDADES RESILIENTES, UMA CONSTRUÇÃO COLETIVA FRENTE AOS DESASTRES CLIMÁTICOS

PhD. Ana Cristina Fachinelli (UCS)¹

Ms. Vanessa Roveda (UCS)²

Dr. Ronei Teodoro da Silva (UCS)³

As enchentes representam um desafio contínuo e significativo para o Rio Grande do Sul, estado localizado na região sul do Brasil. Com uma geografia diversificada, que inclui planícies costeiras, bacias hidrográficas extensas e áreas urbanas densamente povoadas, o estado está suscetível a eventos climáticos extremos, como chuvas intensas e inundações. Nos últimos anos, as enchentes tornaram-se um fenômeno cada vez mais frequente e devastador na localidade, afetando comunidades urbanas e rurais, causando vítimas, impactos sociais e danos materiais. Em maio de 2024, iniciou-se uma grave crise relacionada a enchentes que o Estado já enfrentou em sua história. Chuvas intensas e persistentes resultaram em transbordamentos de rios, inundações repentinas e deslizamentos de terra, causando danos significativos à infraestrutura, propriedades e meios de subsistência das comunidades afetadas. Foram atingidos 478 dos 497 municípios do Estado. Áreas urbanas e rurais foram submersas, estradas ficaram bloqueadas e sistemas de serviços públicos colapsaram. Além das perdas materiais, o transbordamento das águas e os deslizamentos de terras causaram vítimas fatais e o deslocamento de mais 423 mil pessoas.

Como resposta a esta situação crítica, o grupo de pesquisa City Living Lab, da Universidade de Caxias do Sul iniciou o Programa Cidades Resilientes com os municípios de Caxias do Sul, Bento Gonçalves e Santa Tereza, localizados na Serra Gaúcha do Brasil. O objetivo do programa é preparar as cidades para o enfrentamento dos desastres naturais e mudanças climáticas, enfatizando a importância de planejamento e governança eficazes para construir uma resiliência urbana sustentável. Baseado em

¹ Pós-doutora em Inteligência Estratégica - Universidad de Deusto (2010) Espanha, doutora em Ciências da Comunicação e da Informação - Université de Poitiers (2002), França; Mestre em Informação Estratégica e Crítica Vigília Tecnológica - Université Daix Marseille (1994), França, Bacharel em Comunicação Social pela Universidade de Caxias do Sul (1989). Professora do Programa de Pós-Graduação em Administração e do Curso de Relações Públicas da Universidade de Caxias do Sul.

² Mestre em Administração de Empresas (2010) e Bacharel em Comunicação Social - Habilitação em Relações Públicas (2007) pela Universidade de Caxias do Sul (UCS). Coordenadora e docente do Curso de Relações Públicas da Universidade de Caxias do Sul.

³ Doutor em Comunicação e Informação (2017) pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul UFRGS. Mestre em Ciências Sociais (2008) e Bacharel em Publicidade e Propaganda (2004) pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos - Unisinos. Coordenador e docente do Curso de Comunicação Social - Habilitação em Publicidade e Propaganda.

normativas internacionais como ISO 37123¹², a MCR 2030^{13,14} e OCDE¹⁵ e manuais orientativos nacionais^{16,17}, o programa foi elaborado com três frentes: mapeamento dos indicadores de resiliência do município, pesquisa com o comitê de crise e integrantes da comunidade afetada na crise vivenciada em maio de 2024, e; capacitações sobre os princípios e gestão de cidades resilientes aos servidores públicos.

O mapeamento dos indicadores de resiliência dos municípios já está em andamento e tem como ação central o desenvolvimento de uma plataforma digital pela ferramenta Power BI, que cruza dados abertos com informações oficiais do Poder Público para monitorar indicadores de resiliência. Seu objetivo é fornecer aos gestores municipais um diagnóstico, com análises e recomendações para fortalecimento da resiliência do município. Para tanto, o CityLivingLab desenvolveu uma ferramenta de mapeamento específica para avaliar a resiliência urbana dos municípios, baseado nas normas já citadas.

O município de Caxias do Sul já teve a primeira etapa do projeto desenvolvida, a mesma envolveu coleta de informações sobre os itens institucionais e de infraestrutura da cidade. Cada item foi analisado quanto à sua conformidade com os requisitos das

¹² ABNT - ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. NBR ISO 37123: Cidades e comunidades sustentáveis – Indicadores para cidades resilientes. Rio de Janeiro, 2021. 100p.

¹³ UNDRR - United Nations Office for Disaster Risk Reduction. Making Cities Resilient (MCR 2030).

¹⁴ Disponível em: <https://mcr2030.undrr.org/>. Acesso em: 25 jan. 2021.

¹⁵ OECD. Resilient Cities. Disponível em:

https://read.oecd-ilibrary.org/development/indicators-for-resilient-cities_6f1f6065-en#page1. Acesso em junho de 2024.

¹⁶ Plano Nacional de Adaptação à Mudança do Clima: volume 1 : estratégia geral : portaria MMA nº

¹⁷ de 10 de maio de 2016 / Ministério do Meio Ambiente. --. Brasília : MMA, 2016. 2 v



normativas, permitindo a identificação de lacunas e a determinação de áreas que necessitam de aprimoramento. Para este mapeamento foi criada uma ferramenta com indicadores categóricos e indicadores numéricos. Para garantir a precisão e a relevância dos dados e informações inseridas na ferramenta, foram realizadas reuniões entre os pesquisadores e os agentes públicos para análise e validação dos indicadores. Ao final desta etapa foi entregue a gestão pública do município um relatório denominado “Mapeamento de indicadores de resiliência da cidade de Caxias do Sul”¹⁸.

Este diagnóstico será complementado pela pesquisa qualitativa com os integrantes do comitê de crise do município e integrantes da comunidade afetada, também em andamento. Esta tem como finalidade identificar os aprendizados vivenciados na crise de maio de 2024, bem como as oportunidades de aprimoramento nos planos de contingência. Por fim, a capacitação aos servidores está estruturada em quatro módulos: 1) Fundamentos de Resiliência Urbana; 2) Indicadores de Resiliência ; 3) Princípios e normativas brasileiras; 4) Simulação de planos de resiliência. Esta frente ainda não teve início de execução.

Na análise da resiliência urbana, a comunicação e a preparação das comunidades para crises emergem como dimensões fundamentais. Ao mapear os indicadores pertinentes, os municípios devem avaliar o acesso da comunidade a informações sobre emergências, participação em treinamentos específicos, disponibilidade de publicações sobre gestão de crises, compreensão dos mapas de vulnerabilidade e conhecimento das rotas de evacuação, entre outros aspectos relevantes.

Adicionalmente, os sistemas de comunicação de emergência desempenham um papel crucial na resposta a crises.

Outro ponto analisado pelo programa é a condução das estratégias de diálogo com as comunidades. É enfatizado pelas normativas, a importância que os municípios adotem estratégias de reuniões públicas destinadas à temática da resiliência e mudanças climáticas, permitindo a escuta e mobilização social. Maior atenção ainda é necessária às comunidades mais vulneráveis aos desastres. Por fim, por meio do mapeamento de indicadores de resiliência, pesquisa qualitativa com membros da comunidade afetada e capacitação de servidores públicos, o programa visa não apenas mitigar os impactos das crises, mas também promover uma cultura de prevenção e resposta eficiente.

Destaca-se a importância crucial da comunicação e preparação das comunidades, bem como a necessidade de sistemas de comunicação para emergência e estratégias de diálogo inclusivas e sensíveis às necessidades das comunidades mais vulneráveis. Somente através de uma abordagem colaborativa e multidimensional, como a adotada pelo Programa Cidades Resilientes, será possível construir cidades mais seguras, sustentáveis e preparadas para os desafios do futuro climático incerto.

Referências

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. NBR ISO 37120: Desenvolvimento Sustentável de comunidades - Indicadores Para Serviços Urbanos e Qualidade de Vida. v.60.60, Rio de Janeiro, 2018.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. NBR ISO 37123: Cidades e comunidades sustentáveis – Indicadores para cidades resilientes. Rio de Janeiro, 2021. 100p.

BRASIL, MINISTÉRIO DO MEIO AMBIENTE. Plano Nacional de Adaptação à Mudança do Clima: volume 1 : estratégia geral : portaria MMA nº 150 de 10 de maio de 2016 / Ministério do Meio Ambiente. --. Brasília : MMA, 2016. 2 v

CITYLIVINGLAB. Quem somos, 2022. Disponível em: <https://www.citylivinglab.com/quem-somos>. Acesso em: 21 jul. 2024.

ISO - International Standardization Organization. ISO 37123:2019 – Sustainable cities and communities – Indicators for resilient cities. 2019.

OECD. Resilient Cities. Disponível em:

https://read.oecd-ilibrary.org/development/indicators-for-resilient-cities_6f1f6065-en#page1 . Acesso em junho de 2024.

UNDRR - United Nations Office for Disaster Risk Reduction. Making Cities Resilient (MCR 2030). 2021. Disponível em: <https://mcr2030.undrr.org/>. Acesso em: 25 jan. 2021.

NAÇÕES UNIDAS. Objetivos de Desenvolvimento Sustentável. Website Nações Unidas. Disponível em: <https://brasil.un.org/pt-br/sdgs>. Acesso em: 12.ago.24

¹⁸ <https://www.citylivinglab.com/report-resilienciacsx>



PSEUDOMEMÓRIAS SOBRE MUDANÇAS CLIMÁTICAS: O IMPACTO DAS *FAKE NEWS* NO CONTEXTO BRASILEIRO

Luís Carlos da Silva, Universidade Federal da Paraíba, Brasil

Karla Cristiane de Oliveira Marcone, Universidade Federal da Paraíba, Brasil Maria Lívia

Pachêco de Oliveira, Universidade Federal da Paraíba, Brasil

As mudanças climáticas são um dos maiores desafios da atualidade, principalmente devido às notícias falsas que visam distorcer a gravidade do problema, ou seja, há uma grande quantidade de informações falsas ou distorcidas sobre esse tema, dificultando a conscientização e a ação coletiva necessária para lidar com essa situação. Segundo Araújo (2021, p. 4), as notícias falsas são caracterizadas por dois elementos: “o primeiro elemento de sua caracterização é sua falsidade: elas são produzidas com a intenção de mentir, de enganar, de distorcer ou esconder a verdade. O segundo elemento é que elas buscam ser apreendidas como notícias jornalísticas verdadeiras”, tendo parte ou todo conteúdo composto por informações falsas. Para Silva *et al.* (2023, p. 4) “esse conteúdo digital ao longo dos anos passou a moldar a concepção dos sujeitos sobre a veracidade da informação, já que impacta diretamente no campo científico”. Neste contexto, “perde-se a memória e a identidade, pois o indivíduo reflete o todo, a consciência hegemônica projetada no eu” (Brisola, 2017, p. 417). Dessa forma, como consequência desse fenômeno e da hipercirculação da informação, os indivíduos passaram a consumir conteúdos digitais sem verificar a confiabilidade das informações e passam adiante sem qualquer tipo de controle. Isso tem reflexo na criação de pseudomemórias a respeito das mudanças climáticas, este conceito refere-se ao “registro e preservação de supostas verdades, que carregam em si intenções de desinformar, de maneira que seu teor informacional é permeado por ideologias, crenças, portanto, valores simbólicos” (Sousa *et al.*, 2020, p. 758). Portanto, a partir desse cenário o conhecimento passa a ser afetado e haverá uma dificuldade na compreensão da urgência para buscar com que a população compreenda essa situação. Silva *et al.* (2024) destacam que a pseudomemória contribui para o processo desinformativo reproduzindo falácias sobre determinado grupo social ou como é o caso deste estudo amplia-se o desconhecimento sobre uma realidade que vem a cada dia prejudicando a sociedade. Diante disso, o estudo tem como questão problema: Como a disseminação de *fake news* reverbera no processo de formação de pseudomemórias sobre as mudanças climáticas? Para responder tal questionamento, foi delineado o seguinte objetivo geral: analisar a disseminação de *fake news* sobre as mudanças climáticas e que contribuem para o processo de pseudomemórias. Trata-se de uma pesquisa qualitativa (Minayo, 2009), visto que busca entender os significados sobre a temática estudada e exploratória (Gil, 2008) devido à escassez de estudos sobre a relação das temáticas estudadas. Foram selecionados os seguintes serviços brasileiros de checagem de fatos: Boatos.org e Aos fatos. A escolha se deu pela credibilidade e transparência destes serviços no que tange a verificação das *fake news*. Os critérios de inclusão deste estudo foram fundamentados em notícias falsas sobre mudanças climáticas, verificadas por páginas de notícias falsas selecionadas para a pesquisa. No site de tais serviços de checagem, buscou-se por *fake news* que haviam sido checadas, utilizando-se o descritor “mudanças climáticas”. Os critérios de exclusão foram: notícias repetidas e notícias que não se concentraram no tema. O limite temporal estabelecido foi de janeiro de 2023 a maio de 2024, com o objetivo de compreender quais informações falsas estão circulando na atualidade sobre as mudanças climáticas. A análise de conteúdo foi utilizada para analisar as *fake news*, a qual refere-se a “um conjunto de técnicas de análise das comunicações visando obter por procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens indicadores [...] que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção [...] dessas mensagens (Bardin, 1977, p. 42), sendo dividido nas seguintes etapas: organização, codificação, categorização e inferência. Os resultados foram analisados por meio da análise de 17 notícias caracterizadas como *fake news*, que foram agrupadas nas seguintes categorias: política, crença, tecnologia e representação. Na categoria política estão as notícias falsas em que os desastres climáticos são atribuídos a ações de um governante ou partido político; a categoria crença está relacionada às notícias falsas que relacionam fenômenos climáticos às crenças do fim do



mundo seja relacionando a religiões, causas sobrenaturais ou alienígenas; já a categoria tecnologia se refere aos desenvolvimentos e estudos científicos e tecnológicos que são desenvolvidos por instituições e que recebem atribuições de responsabilidade sobre mudanças climáticas; e, por último, a categoria representação são atribuídas falas a pessoas que possuem relevância social e que estão relacionadas a causas, consequências e possíveis soluções para as mudanças climáticas. As categorias foram delimitadas de acordo com sua capacidade de reforçar nos indivíduos uma falsa realidade em torno das mudanças climáticas, no sentido que a hipercirculação de informações falsas possuem a capacidade de afetar a percepção dos indivíduos, gerando uma leitura da realidade em percepções que são formadas a partir de notícias falsas interferindo na forma como interpretam os acontecimentos, ao basear suas explicações em falsas notícias o indivíduo distorce a realidade a partir da sua percepção (Sousa *et al.*, 2020). Na busca por encontrar explicações e soluções sobre as mudanças climáticas, acreditar em uma explicação falsa, mas que atenda a seus princípios ideológicos ou que consiga atender a suas capacidades cognitivas e simbólicas, faz com que estas *fake news* sejam disseminadas e reforçadas a partir do compartilhamento e das relações simbólicas que estes indivíduos estabelecem entre si, seja a notícia falsa de origem religiosa ou política, reforçando a polarização em torno de tema e ao mesmo tempo tirando o foco das possíveis soluções. Na categoria de representação, temos uma fala atribuída ao Papa Francisco, que possui a

representatividade de um líder religioso. Por isso, suas falas têm influência e são legitimadas por aqueles que compartilham da mesma fé religiosa. Nesse sentido, a materialidade do discurso colocado em circulação através da fala do Papa pode alimentar o processo de desinformação, englobando elementos além da informação e produzindo a pseudomemória por meio da ruptura do conhecimento individual e coletivo (Silva *et al.*, 2024). Ao atribuir uma frase falsa à figura do Papa, aqueles que se identificam com a figura religiosa tendem a aceitar a informação como verdadeira, tornando a fonte um referencial e o indivíduo passa a refletir e agir com base nessa informação errônea, interferindo na convivência à medida que afeta a capacidade de interpretação dos indivíduos. Concluímos por meio das categorias estabelecidas que as notícias falsas agem como agentes reforçadores e que se fortalecem na medida que se relacionam com as crenças dos indivíduos, permeando as bases ideológicas dos indivíduos e seus valores simbólicos (Silva *et al.* 2024), portanto, alterando aquilo que possuem como referência e percepção.

REFERÊNCIAS

- ARAÚJO, C. A. Á. Infodemia, desinformação, pós-verdade: o desafio de conceituar os fenômenos envolvidos com os novos regimes de informação. *The International Review of Information Ethics*, [s.l.], v. 30, n. 1, 2021.
- BARDIN, L. *Análise de conteúdo*. Lisboa: Edições 70, 1977.
- BRISOLA, A. C. Um embate contemporâneo: informação, desinformação e competência em informação. *In: XIII Encontro Nacional de Ensino e Pesquisa em Informação (XIII Enancib)*, 2017. Salvador-BA. Anais [...] Salvador-BA, 2017. Disponível em: http://www.cininform2017.ufba.br/modulos/gerenciamentodeconteudo/docs/366_anais%2027_02_cin form.pdf. Acesso em: 11 jul. 2024.
- GIL, A. C. *Métodos e técnicas de pesquisa social*. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.
- MINAYO, M. C. de S. (Org.). *Pesquisa social: teoria, método e criatividade*. 28. ed. Petrópolis: Vozes, 2009
- SILVA, L. C.; OLIVEIRA MARCONE, K. C. de; NASCIMENTO, G. F. do; SÁ BRASILEIRO, F.; CARVALHO ALVES, E. A desinformação na construção de pseudomemórias LGBTQIAP+. *Esferas*, n. 29, 2024.
- SILVA, L. C.; PINTO, V. B.; PINHO NETO, J. A. S. O impacto das fakes news na transfobia. *In: XXIII Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação (XXIII Enancib)*, 2023. São Cristóvão-SE. Anais [...]. São Cristóvão-SE, 2023. Disponível em: <https://enancib.ancib.org/index.php/enancib/xxiiienancib/paper/view/1641>. Acesso em: 12 jul. 2024.
- SOUSA, A. C. M. de, OLIVEIRA, B. M. J. F. de, OLIVEIRA, T. O. de. As pseudomemórias em tempos de Covid-19. *Revista Fontes Documentais*, 3, 753-762, 2020.



EJES CONCEPTUALES, METODOLÓGICOS Y DIDÁCTICOS PARA LA ENSEÑANZA DE LA COMUNICACIÓN PARA LA SUSTENTABILIDAD EN LAS ORGANIZACIONES

Ana Gabriela Piedra Miranda¹⁹

En 2016 se llevó a cabo la reforma al Plan de Estudios de la carrera de Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM. En este proceso se realizó un diagnóstico para identificar las necesidades de cambio sobre la currícula de la opción terminal de Comunicación Organizacional, en el cual participaron estudiantes, egresados, profesionistas en el área y, desde luego, el cuerpo docente. Entre los resultados del diagnóstico, se observó que las organizaciones están demandando especialistas en comunicación que puedan comprender la interrelación de estas entidades con su entorno.

Con base en estos hallazgos, se diseñó el programa de un curso con el objetivo de reconocer los elementos para lograr la sustentabilidad de las organizaciones. No obstante, se implementó una perspectiva esencialmente administrativa, cuyo contenido está orientado únicamente a lograr la rentabilidad de las organizaciones, más allá de establecer los fundamentos para comprender la complejidad de la crisis socioecológica a la que se enfrenta el planeta, y por ende, la humanidad.

Apelando al principio de Libertad de Cátedra que se establece en la Normatividad Académica relativa al ejercicio de la docencia y planes de estudio de la UNAM, se diseñó e implementó un programa de estudios para la clase de “Comunicación para el desarrollo sustentable de las organizaciones” bajo un enfoque interdisciplinario, para que al finalizar el curso las y los estudiantes del área de Comunicación Organizacional sean capaces de identificar las bases conceptuales del paradigma de la sustentabilidad y sus aplicaciones para diseñar, planificar y ejecutar estrategias de comunicación que promuevan las acciones de las diversas agendas políticas, económicas, sociales y ambientales, desde la escala local hasta lo global.

En esta ponencia se explican los ejes conceptuales, metodológicos y didácticos que se han utilizado en el diseño e implementación del mencionado curso, con el propósito de intercambiar experiencias en los procesos de enseñanza de esta disciplina. Este curso se imparte desde el año 2018 como parte de las asignaturas optativas de la licenciatura en Ciencias de la Comunicación.

En primera instancia, en el eje conceptual, la integración de nociones como sistema socioecológico, que profundiza en la interdependencia de los sistemas sociales y ecológicos, permite comprender la complejidad de la interacción de las organizaciones con su entorno. También se aborda el concepto de los problemas complejos/perversos, o *wicked problems*, cuya definición y solución no son unívocas. En este contexto, la gestión del riesgo y la resiliencia son capacidades fundamentales, especialmente después de eventos críticos como la pandemia de COVID-19. Otros conceptos clave incluyen la gobernanza, la ética y la bioética, que exigen a las organizaciones cumplir con normativas y valores éticos. Finalmente, la justicia social y ambiental es un elemento particularmente relevante en el contexto latinoamericano, que permite a las organizaciones responder demandas de diversos actores.

Por otro lado, en el eje metodológico, se enfatiza en enfoques como la transdisciplina, el diálogo de saberes y la investigación acción participativa, que integran a las comunidades en la planificación organizacional. A partir de estos enfoques, se plantea como proyecto final de la clase el desarrollo de una estrategia de comunicación, tanto para públicos internos como externos, en el que se desarrollen habilidades para crear consensos entre múltiples actores frente a diversos problemas socioecológicos.

En el eje didáctico, se fomenta la lectura crítica de las teorías y prácticas organizacionales mediante estudios de caso. Estos estudios sirven como base para que los estudiantes identifiquen áreas de oportunidad y propongan mejoras desde una perspectiva amplia de la sustentabilidad. Además, cada una de las actividades están diseñadas

¹⁹ Profesora de asignatura de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la Universidad Nacional Autónoma de México y profesora en la Universidad Autónoma Metropolitana Cuajimalpa.



**IV ENCUENTRO
COMUNICACIÓN
CAMBIO CLIMÁTICO
Y AGENDA 2030**

*Escuchar a la
naturaleza
conversar
sobre
sostenibilidad*

9 Y 10 DE OCTUBRE 2024

EVENTO VIRTUAL



para que las y los estudiantes diseñen diversos productos comunicativos, tales como podcast, carteles, revistas, entre otros. Con ello, no solo ponen en marcha sus habilidades técnicas y creativas, sino que también fortalecen su capacidad para comunicar la relevancia de la sustentabilidad a diversos públicos.



LA COMUNICACIÓN INTERNA EN LA COMPRENSIÓN DE LOS REPORTES DE SOSTENIBILIDAD AL INTERIOR DE LA EMPRESA: UNA VISIÓN DE SUS COLABORADORAS Y COLABORADORES

José Ignacio Catenacci Martín (Universidad Central, Chile)

La comunicación en la empresa se entiende como indispensable para el logro de los objetivos, ya que genera valor cuando está enfocada en comunicar conceptos estratégicos hacia todos sus grupos de interés y, en especial, a sus colaboradores desde la perspectiva de la comunicación interna y sostenibilidad para que sean parte de la cultura organizacional (Ivanova-Gongne et al., 2022; Benn, Edwards & Williams, 2018). Se entiende que, en las entidades, al difundir el reporte de sostenibilidad a los colaboradores, la comunicación interna tiene que desarrollarse en la cultura existente (Hamilton, 2020), lo que es un desafío, puesto que no basta sólo con instrumentos comunicacionales para cumplir con aquella labor en un escenario que puede ser complejo (Schein, 1992).

Considerando lo anterior, el presente estudio busca analizar la comunicación interna en la comprensión de los colaboradores cuando interpretan los mensajes oficiales relacionados al reporte de sostenibilidad como insumo corporativo en la empresa. Para ello, se seleccionaron a cuatro empresas del área de consumo, mediante las cuales se establece la situación actual de las comunicaciones interna, con sus canales y herramientas utilizadas (Buchholz & Knorre, 2023), para difundir el reporte de sostenibilidad considerando tres áreas: económica, ambiental y social (Elkington, 1999). Así se presenta un diagnóstico que identifica los principales temas y mensajes comunicacionales en materia de sostenibilidad (Blackburn, 2015), además de distinguir los elementos más relevantes del reporte que percibe el público interno de la empresa mediante las herramientas de comunicación interna (Brandolini & González, 2009). Asimismo, se logra categorizar las áreas en las que existen mayores críticas y expectativas hacia la organización, además de contrastar las diferentes percepciones de las diversas áreas de la empresa respecto del reporte de sostenibilidad (Quinn & Hargie, 2004).

El enfoque metodológico que se adopta es cualitativo. La muestra seleccionada comprende a veinte colaboradores/as de las empresas escogidas, quienes desarrollan diferentes roles en distintas áreas clave de la organización. De esta forma, mediante la realización de veinte entrevistas semiestructuradas, se relevan las experiencias y significados de los actores que son parte del proceso (Ruiz, 2012). Por otra parte, el análisis de los mensajes emanados de estas entrevistas se vincula con el aporte de la perspectiva de la representación, codificación y decodificación, en el marco de los estudios culturales, (Hall, 1980), los que ayudan a comprender los significados que produce la realidad social con el conjunto de elementos significativos que son temas claves con los que debe operar la comunicación interna en una cultura organizacional determinada (Dahlman & Heide, 2021).

Los resultados esperados de este estudio se asocian a detectar los puntos críticos de interés de los trabajadores de estas compañías, respecto de los desafíos y oportunidades que se generan mediante la comunicación interna (Schoeneborn, 2019; Tkalac Verčič & Špoljarić, 2020) cuando transmiten los mensajes asociados al reporte de sostenibilidad a través de medios alineados en un diseño estratégico, que dirija la información al público interno, para elevar la comprensión y establezca altos índices de conexión con conceptos identitarios de la compañía (Tkalac, 2021; Girella, 2021).



NARRATIVAS DE RIESGO FRENTE AL CAMBIO CLIMÁTICO

Juan Manuel Cozzi, Universidad de Concepción del Uruguay, Argentina

En esta presentación sostenemos que el ‘cambio climático’ por su carácter omnipresente, se manifiesta como un elemento que aglutina riesgos y perturbaciones -un paradigma de ‘riesgo de riesgos’- a nivel global que alteran el entorno natural y social influyendo sobre la subsistencia de la sociedad humana. Se trata de un fenómeno que, a partir de eventos locales, se manifiesta a escala mundial; tiene que ver con cambios tecno-económicos acelerados en los ámbitos de la producción y el consumo; es de difícil detección, medición y control. Afecta a todos los grupos sociales pero sus impactos acentúan las condiciones de vulnerabilidad, especialmente en sectores de la población socialmente excluidos; cuyos escenarios futuros y su desenlace a medio y largo plazo son inciertos; y, sobre todo, producidos por el accionar humano.

Desde un punto de vista narrativo, el cambio climático constituye un relato tan apasionante como inacabable. Atrapados entre el potencial catastrófico y lo que puede hacerse ante tal amenaza, los discursos circulan por extremos irreconciliables. En los últimos años se ha impuesto la necesidad de crear mensajes positivos y proactivos orientados hacia la acción y la implicación del público. Este giro comunicativo se ha centrado en las narrativas estratégicas y en los encuadres más idóneos para trasladar la controversia climática hacia terrenos colaborativos basados en la empatía, la conexión, la coordinación, la inclusividad y la integración. En este tránsito, las formas en que se comunica el cambio climático han configurado los procesos de construcción de sentido.

En su desarrollo se producen, negocian, imponen y significan una serie de narrativas indispensables para dar sentido a un fenómeno multidimensional y complejo. Para muchos científicos estamos frente una emergencia climática que exige una respuesta inmediata. Desde la lógica política se institucionaliza una dinámica ante la que se debe pasar a la acción. Dado su carácter incorpóreo e indeterminado, el ámbito de la percepción supone poner a prueba múltiples modalidades de comunicación: persuasiva, preventiva, científica, política, organizacional. Los ciudadanos están forzados a situarse en rótulos según nivel de implicación y conciencia: alarmados, preocupados, cautelosos, desconectados, dubitativos y displicentes. Pero también el resto de los actores deben tomar una posición más o menos activa e implicada: política, ciencia y medios de comunicación.

En esta mutación, la Comunicación del Cambio Climático (CCC) afronta el reto transdisciplinario y conceptual de revertir la trayectoria de los sucesos para hacer prevalecer el riesgo sobre el desastre, y fortalecer acciones de resiliencia, equidad e integración comunitaria. En este contexto, las diferencias en las formas de comprender los desastres repercuten tanto en la manera que son visibilizados como en las respuestas gubernamentales que se construyen para afrontarlos.

El cambio climático se ha convertido en una problemática irreductible. Las evidencias científicas de sus causas conviven con las políticas de gestión de sus consecuencias. Se trata de una amenaza en potencia con impacto global y planetario la cual debe ser mitigada pero también se constituye como un peligro potencial que exige una actuación de previsión, anticipación y adaptación desde las comunidades locales. El riesgo de reducción de desastre se convierte en una de las principales líneas de acción. Este escenario amenazante supone todo un desafío para el robustecimiento de las oportunidades que afloran.

En nuestra propuesta escogemos dos acercamientos complementarios: por un lado, las luchas discursivas en la gestión y las consecuencias de los marcos narrativos definitorios alrededor del cambio climático y, por otro, la anticipación a los impactos que este fenómeno produce cuanto a la intensidad y la magnitud de los desastres en el antes, el durante y el después con el propósito de robustecer la resiliencia de las comunidades de comunicación de desastre. En estas acciones se ponen en juego aquellas oportunidades derivadas de la comunicación de emergencias y de crisis al servicio de la mejor gestión y reducción de las amenazas asociadas al riesgo climático.



AMPLIFICANDO LAS NARRATIVAS ECOSOCIALES: PODCASTING PARA LA JUSTICIA AMBIENTAL Y EL CAMBIO DE PARADIGMA

Sara López Gómez
Universidad de Málaga
saralogo22@uma.es

Este estudio explora el papel de las narrativas digitales en la comunicación medioambiental, centrándose en 571 podcasts ecológicos y sociales (ecosociales) en inglés y español. Se descubrió que los podcasters independientes, provenientes de campos como la ecología, el activismo y el derecho están liderando la creación de estos contenidos (55,9%). Los podcasts abordan diversos temas, siendo la alfabetización ambiental el más recurrente. Se detectaron cuatro narrativas transversales: (1) la reconexión con la naturaleza a través de la alfabetización ambiental, la cercanía con el aire libre y el conocimiento tradicional indígena, (2) la justicia socioambiental, (3) la defensa de un cambio de paradigma, y (4) los espacios comunitarios para la construcción colectiva de sentido. Los podcasts ecosociales son un formato emergente en la comunicación ambiental que aborda eficazmente temas complejos a través del audio storytelling íntimo y conversacional. Otros datos como la distribución por género de los presentadores de los podcasts, los formatos, año de creación y diferencias temáticas por idiomas se describen. Por último, se destaca su potencial en la justicia ambiental y los cambios de paradigma, pero su alcance e impacto pueden mejorarse mediante el uso estratégico de plataformas de alojamiento, y algoritmos de recomendación transparentes. Se proporciona una lista pública de 571 podcasts ecosociales y sus resúmenes.



MUJERES DE COLECTIVOS EMPRESARIALES Y CONOCIMIENTO SOBRE MEDIO AMBIENTE Y CAMBIO CLIMÁTICO

Griselda Guillén Ojeda, Nina Martínez Arellano y Ana María Vázquez Espinoza
Universidad Autónoma de Baja California, México

Este trabajo forma parte de una investigación mayor relacionada con el estudio de la mujer de colectivos empresariales en el Valle de Mexicali, México. Esta zona se encuentra al norte del país y está caracterizada como rural, otra de sus particularidades es que es zona desértica y su clima es extremo llegando hasta 50 C durante el verano, por lo que el consumo de energía es elevado y la vegetación necesita mucho esfuerzo para mantenerla. Para la presente ponencia se analiza el conocimiento que tienen de mujeres empresarias de esta zona, en relación al medio ambiente y al cambio climático.

La mujer empresaria del Valle de Mexicali, no ha tenido una visibilización merecida en la misma población. Investigaciones anteriores, identifican que pasan por violencia de género simbólica y acoso, por ser mujeres, empresarias e incluso de piel morena. No obstante, la mujer en el Valle de Mexicali, tiene un lugar predominante en iniciar y mantener empresas que dan sustento a su familia. Uno de los modelos que hace algunos años ha surgido en esta zona, son los colectivos empresariales que en la mujer del valle funciona como formas de asociación donde se le renta un espacio a otras mujeres para que ofrezcan sus productos y de esta manera tengan un ingreso por sus ventas. Por lo anterior, quienes dirigen los colectivos no solo tiene una empresa, sino que ofrecen oportunidades de ingreso a otras mujeres.

Por otro lado, uno de los temas de urgencia mundial en la actualidad es el cambio climático, pues los efectos que tiene hasta este momento han sido devastadores para poblados, ciudades y países enteros. Personas expertas señalan que es importante ante esta crisis climática, hacer cambios en el consumo de electricidad, gas natural, agricultura, hacer equilibrio entre las necesidades sociales, económicas y el medio ambiente, que permita satisfacer estas condiciones en todas las regiones del mundo, y beneficiar al medio ambiente reduciendo los efectos de la crisis climática.

Una de los puntos clave en este tema, es identificar a las personas que son clave para influir en este problema y diseminar el conocimiento al respecto. Es el caso de las mujeres empresarias, en donde identificar el conocimiento que poseen sobre el cambio climático y sus afectaciones a los lugares que habitamos, así como conocer qué acciones podemos realizar y ser conscientes de la capacidad de agencia que tenemos para hacerlas, forma parte de la alfabetización informativa frente al cambio climático.

A partir de entrevistas semiestructuradas a mujeres de colectivos empresariales, se identificó el conocimiento que tienen en relación a qué es el medio ambiente, qué acciones realiza o puede realizar para favorecer el medio ambiente, cómo ve las acciones de otras empresas en relación al tema, cómo identifica el cambio climático, cómo afecta a su entorno, qué acciones puede realizar desde su empresa para reducirlo. Uno de los puntos clave en este tema, es identificar cuáles serían los caminos que brindan la posibilidad de cómo sería un medio de comunicación adecuado para brindarles capacitación e información en relación tema de crisis climática que sea accesible y adaptado para ellas.



SAÚDE, AGROECOLOGIA E TERRITÓRIOS: A EXPERIÊNCIA DE COMUNICAÇÃO DO PROJETO ARÁ

ALMEIDA, Angélica Patrícia de²⁰; LOPES, Helena Rodrigues²¹

O projeto Ará é uma iniciativa da Fiocruz que buscou promover, entre 2021 e 2024, saúde e o desenvolvimento sustentável da agricultura familiar e das agriculturas tradicionais protagonizadas por povos e comunidades da cidade e do campo em três regiões do estado do Rio de Janeiro e também no estado de São Paulo.

O desenho e o desenvolvimento do projeto Ará se concretizaram pela ação conjunta de três programas territoriais da Fiocruz, que atuaram por meio de diálogos constantes com as comunidades e as organizações da sociedade civil associadas: o Fórum Itaboraí: Política, Ciência e Cultura na Saúde, localizado em Petrópolis (RJ) e com atuação também no município e em Areal; o Campus Fiocruz Mata Atlântica, localizado na Zona Oeste da cidade do Rio de Janeiro e com atuação nos territórios do entorno da Floresta da Pedra Branca; o Observatório de Territórios Sustentáveis e Saudáveis da Bocaina, localizado na cidade de Paraty (RJ) e com atuação na Serra da Bocaina, envolvendo municípios fluminenses e paulistas.

A Vice-Presidência de Ambiente, Atenção e Promoção da Saúde (VPAAPS) coordenou o processo, com ações de integração conduzidas pela Agenda de Saúde e Agroecologia. Isto envolveu a criação de ambientes de gestão, monitoramento, produção de conhecimentos e comunicação de forma coordenada e compartilhada entre as iniciativas desenvolvidas nos territórios, fortalecendo conexões e vínculos.

Não há como pensar a concretização da saúde sem ação coletiva e sem efetivação de direitos humanos fundamentais. Tampouco a promoção da saúde se concretiza apartada do enfrentamento às grandes questões de luta dos territórios: o agravamento da fome e da insegurança alimentar e nutricional; o acesso à terra e à regularização fundiária; o direito de uso do território diante dos embates com empreendimentos privados e com o Estado, em contextos de privação e criminalização de práticas tradicionais em áreas próximas ou sobrepostas aos Parques e outros tipos de Unidades de Conservação (UCs). Também a violência urbana e as opressões em áreas de comando de milícias, de tráfico e de guerra às drogas; o machismo estrutural que violenta, de tantas formas, as mulheres; o racismo que segue relegando às pessoas negras uma condição de subalternidade. Somada a tudo isso, a pandemia da Covid-19 que amplificou os desafios de se pensar a saúde, ao mesmo tempo em que impôs maior isolamento e medo às pessoas e comunidades.

Embora longe de resolver todas essas grandes questões, o Ará se propôs contribuir com processos em curso de longa data, construídos com insistência e resistências de articulações e redes nos territórios. O Ará olhou para esses problemas complexos e globais de forma relacional e desde os contextos mais localizados de sua atuação. Do chão dos territórios, objeto de transformação social das pessoas e suas organizações, que podem nascer horizontes de vida mais digna que se sustentem ao longo do tempo, porque são erigidos na participação popular.

Entre os resultados do projeto, podem ser destacados acúmulos relacionados à promoção da soberania e da segurança alimentar e nutricional das famílias; à saúde das pessoas e dos territórios; à construção social de mercados; e à construção de conhecimentos. Foram implementadas ações de enfrentamento à fome, por meio da solidariedade e do incentivo à produção de comida de verdade por povos e comunidades tradicionais, bem como de geração de renda, de inclusão social e de sustentabilidade ambiental por meio da implementação de tecnologias sociais e trabalho em redes.

A comunicação foi um dos eixos centrais em todo o processo de planejamento, execução e avaliação construído coletivamente com os diferentes públicos da Fiocruz e das demais organizações e comunidades parceiras. Buscou-se privilegiar processos colaborativos e afetivos, em linguagens e formatos diversos, que valorizassem o protagonismo dos sujeitos sociais e suas práticas nos territórios, bem como considerassem as

²⁰ Mestre em Comunicação pela Universidade Federal de Minas Gerais, trabalha na Agenda de Saúde e Agroecologia da Vice-Presidência de Ambiente, Atenção e Promoção da Saúde da Fundação Oswaldo Cruz (VPAAPS /Fiocruz), angelica.almeida@fiocruz.br,

²¹ Doutora em Ciências Sociais pela Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, trabalha na Agenda de Saúde e Agroecologia da Vice-Presidência de Ambiente, Atenção e Promoção da Saúde da Fundação Oswaldo Cruz (VPAAPS /Fiocruz), helena.lopes@fiocruz.br.



diferentes naturezas e formas de agir das organizações e movimentos envolvidos, em um diálogo horizontal de saberes.

Jongos, coral indígena, roda de samba, cine pipoca crioula, entre tantas outras expressões culturais dos territórios enriqueceram as ações desenvolvidas. A mística que conduziu os encontros, a relatoria gráfica, a exposição de fotos, os poemas recitados, a valorização do lúdico, como a presença do Zé Gotinha no contexto da pandemia, e intervenções diversas reforçaram o lugar central da arte e da cultura. Além disso, os diálogos em roda, as tarjetas, os painéis interativos, os murais de pintura, as instalações pedagógicas, as vivências protagonizadas pelos sujeitos das comunidades foram dispositivos que propuseram a circularidade da fala, buscando romper com a hierarquia entre saberes e a assimetria de poder, convidando à escuta e à fala de todas e todos, incluindo mulheres e juventudes tão silenciadas nas experiências sociais. Por meio das cirandas, as crianças também puderam aprender e ensinar sobre a agroecologia, além de esse cuidado permitir a participação de adultos cuidadores, sobretudo mulheres.

Ará foi e continua sendo convite, chamado, tempo para o Bem Viver das comunidades.



COLETA 2024: A MAIOR MOBILIZAÇÃO VOLUNTÁRIA ORGANIZADA PELA TETO BRASIL²²

Artur Barbosa Lima Maia²³

Andre Roberto Arruda Costa Silva²⁴

Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, Paraíba, Brasil

O presente trabalho apresenta e discute os resultados de uma investigação em torno da maior mobilização voluntária organizada pela TETO Brasil, a COLETA, que neste ano teve como eixo principal denunciar a crise climática no Brasil e apoiar diretamente as comunidades mais vulneráveis afetadas pelas enchentes do Rio Grande do Sul, através de ações nas ruas e em mídias sociais.

A TETO é uma organização não governamental presente em mais de 18 países, incluindo o Brasil. Desde 2006, a TETO tem como foco a construção de moradias de emergências nas favelas mais precárias do país, além de trabalhar em projetos de desenvolvimento comunitário e formação cidadã. Para denunciar a situação de pobreza que milhares de pessoas vivem nas favelas precárias e arrecadar fundos para impulsionar a construção de mais moradias, a organização TETO criou a COLETA, campanha anual que mobiliza milhares de voluntários em prol do mesmo objetivo. Desde que foi criada, a COLETA tem o objetivo de denunciar a pobreza arrecadando dinheiro nos finais de semana, onde cada sede se organiza de maneira individual. Em 2019, a mobilização se estruturou como organização nacional, porém continuando com a mesma premissa. Já no ano de 2024, a COLETA, além de ser organizada nacionalmente, ganhou um novo foco. A mobilização aconteceu nos dias 25 e 26 de maio, contando com a participação de milhares de pessoas para “[...] denunciar a vulnerabilidade das comunidades precárias frente à crise climática, discutir o papel da moradia na mitigação desses novos problemas e mobilizar pessoas e empresas para apoiar as comunidades diretamente impactadas pelas enchentes no estado”.

Presente em 7 estados e no Distrito Federal, a COLETA 2024 conseguiu mobilizar mais de trezentas pessoas voluntárias e mais de mil pessoas impactadas pelas ações da mobilização. Durante os dois dias, a TETO buscou mobilizar os voluntários através de ações como panfletagem, aulas de histórias públicas em centros turísticos de cidades brasileiras, mutirão de cartazes, “bicicletada social” e bloco de carnaval fora de época para debater esses assuntos. Além disso, em São Paulo, cidade onde está localizada uma das maiores sedes da TETO Brasil, foi colocado um exemplo de uma moradia de emergência no meio de uma das avenidas mais famosas da cidade, buscando trazer reflexão e debate para todos que passassem por ela.

Um dos principais debates e denúncias foi a crise climática que ocorreu no Rio Grande do Sul, onde a TETO possui um plano de ação para a reconstrução de comunidades mais afetadas do estado. Além disso, a organização se utilizou da mobilização voluntária para arrecadar fundos e se posicionar, a nível nacional, como uma grande aliada na reconstrução após as enchentes.

Conclui-se que a TETO Brasil, ao realizar e mobilizar milhares de pessoas em canais físicos e digitais para denunciar a situação de pobreza que milhares de pessoas vivem no nosso país, expande o assunto para além dos voluntários que já fazem parte da organização e das empresas parcerias, levantando questões importantes como crise climática, impacto social e a participação cidadã no ativismo climático. Além disso, ao reconfigurar a COLETA 2024, a TETO ganha força para continuar sendo uma organização forte e focada em resolver e debater desastres climáticos e ambientais, se tornando referência na formação cidadã e desenvolvimento comunitário.

²² Resumo realizado para IV Encuentro de Comunicación, Cambio Climático y Agenda 2030

²³ Professor Mestre do Departamento de Comunicação do CCTA-UFPB, e-mail: arturblimaia@gmail.com

²⁴ Estudante de Graduação 8º. semestre do Curso de Radialismo do CCTA-UFPB, e-mail: andre.costa@academico.ufpb.br



A COMUNICAÇÃO COMO PILAR PARA O DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL E TRANSFORMAÇÃO SOCIAL DO DISTRITO CRIATIVO CENTRO-GARE

Flavi Ferreira Lisboa Filho

Universidade Federal de Santa Maria – UFSM, Brasil

Elisa Lubeck

Universidade Federal do Pampa – Unipampa, Brasil

A presente proposta tem como objetivo refletir sobre a relação entre comunicação e desenvolvimento do Distrito Criativo Centro-Gare em Santa Maria, Rio Grande do Sul, Brasil. A criação do Distrito Criativo Centro-Gare em 2021, aponta para uma nova etapa de desenvolvimento englobando a região do centro histórico e cultural de Santa Maria. O território contempla os espaços relacionados aos dois ciclos mais grandiosos de desenvolvimento que Santa Maria teve: a Gare da Viação Férrea e o complexo da Antiga Reitoria da Universidade Federal de Santa Maria. A região foi eleita a partir da realização de workshops com a comunidade e também por representar um papel importante no desenvolvimento e na história da cidade, região onde foram mapeados 170 estabelecimentos comerciais e de serviços (Avenida Rio Branco) e 50 empreendimentos ligados à economia criativa (Vila Belga). O Distrito busca transformar o território em um ambiente de convivência entre pessoas, de vivência da memória da cidade e de desenvolvimento econômico e sustentável, dando condições para o florescimento do potencial criativo e inovador das pessoas, além de aproximar e potencializar atores de diferentes esferas para atuar coletivamente na geração de valor para o território. A partir da experiência do Distrito Criativo observa-se que é fundamental refletir sobre um modelo de comunicação mais participativa, baseado nas propostas de desenvolvimento local, humano e sustentável, respeitando as culturas e colocando a comunicação a serviço do desenvolvimento. Nesse sentido, a comunicação apresenta-se como uma das dimensões do desenvolvimento territorial sustentável, visto que o conhecimento e a informação se tornaram fatores de diminuição das desigualdades e da ampliação da cidadania, estimulando o protagonismo dos sujeitos e a transformação social. Dessa forma, observa-se que o Distrito Criativo representa uma estratégia para o planejamento urbano de forma mais participativa e integrada, revitalizando os locais que marcam a identidade cultural de Santa Maria. O Distrito Criativo Centro-Gare é uma alternativa que busca melhorar as condições de vida das pessoas através da regeneração urbana, reunindo em um mesmo território locais de trabalho, moradia, patrimônio histórico, espaços de lazer, além de atrair empreendimentos e perfis profissionais que estejam alinhados aos valores do Distrito. O ambiente se caracteriza pela valorização da herança cultural da cidade e das diferentes etnias do território, além de ser inspirador, tolerante e diversificado. Conforme destaca o ODS 11 – Cidades e Comunidades Sustentáveis da Agenda 2030, deve ser realizado um esforço de todas as esferas da sociedade para tornar as cidades mais inclusivas e sustentáveis, incluindo a proteção e salvaguarda do patrimônio cultural, essenciais ao desenvolvimento. Em especial, pode-se dizer que o Distrito Criativo Centro-Gare atende de forma mais próxima as metas 11.3 (aumentar a urbanização inclusiva e sustentável), 11.4 (fortalecer esforços para proteger e salvaguardar o patrimônio cultural e natural) e 11.7 (acesso universal a espaços públicos seguros, inclusivos, acessíveis e verdes). De acordo com o Índice de Desenvolvimento Sustentável das Cidades – Brasil (IDSC-BR) para atingir as metas e objetivos da Agenda 2030 nos 5.570 municípios brasileiros, Santa Maria-RS apresenta um nível geral de desenvolvimento médio (de 50 a 59,99), ocupando a posição 1435 de 5570 na classificação geral. E, em relação ao ODS 11, especificamente, a cidade apresenta um índice de desenvolvimento considerado alto - 60 a 79,99. Ainda, as mudanças na estrutura social e a evolução da participação pública dão um novo sentido ao significado de comunicação voltada ao desenvolvimento, estimulando a conscientização e a participação dos cidadãos e colaborando para a transformação e a gestão dos espaços urbanos.

Palavras-chave: Comunicação; Desenvolvimento Sustentável; Distritos Criativos; Transformação Social.



LA SOSTENIBILIDAD COMO TEMA ESTRATÉGICO PARA LA GESTIÓN DE COMUNICACIÓN EN LAS ORGANIZACIONES EN AMÉRICA LATINA EN LA ÚLTIMA DÉCADA

Alejandro Álvarez-Nobell

aan@uma.es

Universidad de Málaga (España)

Gabriel Sadi

g.sadi@hud.ac.uk

University of Huddersfield (UK)

Claudia Labarca

claudialabarca@uc.cl

Pontificia Universidad Católica de Chile (Chile)

A la luz de la realidad actual, la gestión estratégica de comunicación y relaciones públicas en América Latina debería haber experimentado una evolución significativa, especialmente en torno a temas de sostenibilidad, medio ambiente, responsabilidad social y dilemas éticos. Es evidente que la sostenibilidad ha emergido como un tema central en la gestión de comunicación de las organizaciones. Inicialmente, la atención se centraba principalmente en la responsabilidad social corporativa (RSC), con énfasis en proyectos de impacto comunitario y filantropía. Sin embargo, en la última década, la sostenibilidad ha evolucionado para abarcar una visión más integral que incluye la gestión ambiental, la ética corporativa y la transparencia en las operaciones. La conciencia ambiental y la sostenibilidad se han convertido en pilares estratégicos. La necesidad de responder a la crisis climática y las expectativas de los stakeholders han impulsado a las organizaciones a adoptar prácticas más sostenibles. Esto se refleja en la implementación de políticas de reducción de carbono, gestión de residuos y uso eficiente de recursos naturales.

La presente investigación, elaborada a partir de los resultados de las cinco ediciones del Latin American Communication Monitor (LCM) a tenido por objetivo analizar la evolución de la agenda de issues en la gestión estratégica de comunicación y relaciones públicas en América Latina en los últimos 10 años en los temas vinculados a la sostenibilidad, medio ambiente, responsabilidad social, dilemas éticos. Los datos han sido comparados con el desarrollo del perfil profesional a lo largo de la última década y con otras regiones como Europa.

Los resultados muestran un aumento constante en la importancia de estos temas, pasando de ser considerados aspectos periféricos a elementos centrales en las estrategias de comunicación. La responsabilidad social corporativa ha evolucionado de proyectos aislados a enfoques integrados que consideran el impacto social y ambiental de todas las operaciones empresariales. Además, la ética en los negocios ha ganado prominencia, especialmente en un contexto de crecientes escándalos corporativos y demandas de mayor transparencia. Los profesionales de la comunicación en América Latina han tenido que adaptarse y desarrollar estrategias que no solo promuevan la imagen corporativa, sino que también aseguren prácticas éticas y responsables. Comparando la evolución de estos temas en América Latina con Europa, encontramos algunas diferencias notables. Mientras que en Europa la sostenibilidad y la ética empresarial han sido temas prioritarios durante más tiempo, en América Latina el impulso se ha acelerado significativamente en la última década. Las empresas europeas han liderado la implementación de estándares internacionales y prácticas avanzadas de sostenibilidad, influenciadas por regulaciones más estrictas y una mayor presión de los consumidores. En contraste, en América Latina, el enfoque ha sido más reactivo, impulsado por la globalización y las expectativas cambiantes de los consumidores y stakeholders. El perfil del profesional de la comunicación en América Latina también ha evolucionado. Hace diez años, el énfasis estaba en habilidades tradicionales de relaciones públicas y manejo de medios. Actualmente, los comunicadores deben poseer una comprensión profunda de la sostenibilidad y la responsabilidad social, además de habilidades en gestión de crisis, comunicación digital y análisis de datos. Este



cambio ha sido en parte impulsado por la necesidad de gestionar una amplia gama de issues que afectan la reputación y la sostenibilidad de las organizaciones. La sostenibilidad ha dejado de ser un tema opcional para convertirse en una parte esencial de la estrategia de comunicación en las organizaciones latinoamericanas. Este cambio refleja una evolución más amplia hacia una gestión empresarial más responsable y ética. Los resultados del LCM demuestran que, aunque América Latina aún enfrenta desafíos, la región está avanzando rápidamente en la adopción de prácticas sostenibles y en la adaptación a las demandas globales. Comparado con Europa, el desarrollo ha sido más reciente pero igualmente significativo, señalando una convergencia hacia estándares globales de sostenibilidad y ética corporativa. Este análisis destaca la importancia de seguir monitoreando y adaptándose a las tendencias emergentes en comunicación y sostenibilidad, asegurando que las organizaciones en América Latina puedan responder eficazmente a los desafíos del futuro.



EXPLORANDO EL COMPROMISO ORGANIZATIVO CON EL BIENESTAR HUMANO: LA LÓGICA DE GESTIÓN BIOCÉNTRICA

Evandro Samuel Ribeiro dos Santos Oliveira (EAE Barcelona, España)

Mientras algunas organizaciones se comprometen profundamente con el bienestar humano o se esfuerzan por convertirse en Empresas B, otras abordan superficialmente este aspecto, desarrollando estrategias que tratan a las personas de manera parcial, olvidando que las organizaciones son grupos de personas y, por tanto, sistemas en constante mutación. Ciertas entidades se guían por la idea de que mejorar el bienestar de los empleados resulta en una fuerza laboral más productiva. Otras buscan justificar la legitimidad de sus operaciones respondiendo a demandas sociales mediante la introducción de temas como la diversidad, la inclusión o el voluntariado corporativo. Sin embargo, algunas organizaciones incurren en hipocresía corporativa, utilizando narrativas y retóricas atractivas pero carentes de un compromiso profundo.

Este estudio explora la hipótesis de que la lógica de gestión organizacional es fundamental para un compromiso profundo con el factor humano, abordándolo de manera biocéntrica, y que las relaciones públicas impulsan este proceso. Tras examinar el concepto de lógica de gestión (Oliveira, 2019), influenciado por el concepto de lógica dominante de Prahalad y Bettis (1986), y considerando las características de la definición de gestión de las relaciones públicas y comunicación desde el enfoque europeo —directiva, operativa, reflexiva y educativa (Ruler & Verčič, 2012)—, proponemos aplicar la dicotomía sagrado-profano de Émile Durkheim (1947 [1915]) para disponer de un marco teórico que permita comprender y analizar los fenómenos en un contexto organizativo. Además, introducimos la noción de lógica de gestión biocéntrica, que aplica una dinámica de regeneración organizacional y de lógica vital integrada con una estrategia y narrativa que producen cambios, eligiendo el planeta, las personas y el beneficio como base de la gestión y operación de la organización.

Presentamos un estudio de caso sobre una organización fundada en 1984, establecida en Portugal desde 2005, que cuenta con 9 marcas y más de 3500 colaboradores. El enfoque metodológico es hermenéutico, combinando el análisis documental con entrevistas en profundidad. La investigación ha confirmado la presencia de una lógica de gestión biocéntrica en esta organización. Se ha evidenciado que la comunicación, como función estratégica, y el eje estratégico de priorizar la vida —manifestado en el bienestar de las personas, la prosperidad del negocio y la salud del planeta— son elementos esenciales para la regeneración organizacional comprometida con el bienestar.



¿CÓMO LA COMUNICACIÓN Y EL CONOCIMIENTO PUEDE CONTRIBUIR AL DESARROLLO TERRITORIAL LOCAL? PROPUESTA PARA UN MODELO DE COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA PARA EL DESARROLLO TERRITORIAL INTEGRAL (BIENESTAR HUMANO, SOCIAL Y SOSTENIBLE

Sonia García Oñate, Universidad Externado de Colombia

Actualmente se redefinen procesos organizativos en lo local, en especial en los procesos de relacionamiento entre diferentes actores, se han realizado acciones que pretenden vincular la acción público privada, academia-empresa y academia-comunidades. No obstante, cada uno de estos sectores tiene diferentes perspectivas de acción y recursos para la construcción de espacios territoriales locales humanos y sostenibles, por lo cual es importante preguntarse ¿cómo se pueden potencializarse los actores y recursos en beneficio de sus participantes? ¿Qué elementos deberían tenerse en cuenta para la contribución al desarrollo integral en localidades o micro-territorios?, y especialmente, ¿cómo puede contribuir la comunicación estratégica a construir estos nuevos modos de relacionamiento en que se potencien los recursos de cada uno de estos actores para el desarrollo local?

Para responder estas preguntas se pretende proponer un modelo de comunicación estratégica transversal para el programa participativo de desarrollo integral de los micro territorios del Centro Oriente de Bogotá; proyecto de la Facultad de Ciencias Sociales y humanas de la Universidad Externado de Colombia, el cual incluye elementos relacionados con aportes a las problemáticas sociales que incluyen el trabajo sicosocial en familias, el apoyo a visibilización de saberes tradicionales y aportar al desarrollo de la ciudadanía.

El programa está basado en un proceso que pretende recolectar las necesidades reales del territorio, abrir espacios de formación, participación y dialogo en diferentes áreas de las ciencias sociales tales como: psicología, antropología y trabajo social, que aporten soluciones y entreguen a la comunidad las posibilidades de continuar con procesos de autogestión, y eventualmente aportar a procesos investigativos de diferentes estudiosos del territorio y sus problemáticas, para lo cual debe brindarse no solo procesos de información, sino especialmente de gestión del conocimiento, ambos elementos de la comunicación estratégica.

En este marco la ponencia pretende presentar una propuesta de comunicación estratégica transversal que potencie los programas micro territoriales de la Facultad de Ciencias Sociales, de la Universidad Externado de Colombia, que trabaja con cinco micro territorios de la ciudad de Bogotá, con comunidades aglomeradas alrededor de varias organizaciones del tercer sector, y que apuesta en el largo plazo por apoyar procesos de desarrollo humano y sostenible.

El desarrollo del modelo incluye comprender como el aporte a los problemas de carácter social requieren una mirada interdisciplinaria y compleja, en lo cual se requiere interrelación entre los diferentes equipos de profesionales, tener en cuenta los saberes y soluciones que plantea la comunidad y los modos como esto se conecta con otros actores locales y las políticas públicas emitidas por autoridades nacionales y regionales, con énfasis en las necesidades informativas y la generación de acuerdos y acciones entre diferentes actores, tareas típicas de la comunicación estratégica.



¿CÓMO RE-HABITAR NUESTRO TERRITORIO LATINOAMERICANO DESDE LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL?

Consuelo Vásquez Donoso, UQAM, Canadá
Belén Barroso Barreras, UMA, España
Alejandro Álvarez Nobell, UMA, España

¿Cómo re-habitar nuestro territorio latinoamericano desde la comunicación organizacional?

En su libro “Où atterrir” (Dónde aterrizar), Bruno Latour ofrece una nueva perspectiva sobre lo que comúnmente se denomina “crisis ecológica”. Latour argumenta que, más que una crisis ecológica, enfrentamos una crisis de las condiciones de subsistencia humana. Lo que solíamos considerar como una naturaleza externa ahora conforma nuestro propio suelo y garantiza la sostenibilidad de nuestras vidas. Esto revela una crisis civilizatoria en nuestras relaciones: personas/lugares, personas/cosas, personas/tiempo, personas/naturaleza, personas/personas, y personas/organizaciones. Recientemente, el filósofo Byung-Chul Han en su libro *La desaparición de los rituales* (2023) polemiza sobre el valor de los rituales (¿la comunicación?) en la crisis actual. Parafraseando a Antoine de Saint-Exupéry, Byung-Chul afirma que los rituales son al tiempo lo que las cosas son al espacio. Según él, “los ritos transforman el ‘estar en el mundo’ en un ‘estar en casa’”. Hacen del mundo un lugar fiable”.

A partir de estas ideas, y siguiendo a Latour, resurge la noción de ‘territorio’ que necesita ser urgentemente reconsiderada y descrita de forma precisa y sensible. El territorio va mucho más allá de una parcela de tierra protegida o de una noción de nación. No se trata simplemente de límites administrativos -departamento, cantón, país, terruño, etc.-, sino de todos los vínculos que garantizan nuestra subsistencia y nuestro entorno vital. El territorio se convierte en un ritual constitutivo de cómo habitamos el mundo. ¿Cuál es el territorio en el que vivimos? ¿Podemos describirlo? ¿Qué entidades son esenciales para nuestra existencia? ¿Están estos elementos amenazados? ¿De qué dependemos para subsistir?

Esta comunicación es un ensayo que retoma algunas reflexiones y planteamientos desde una perspectiva decolonialista y latinoamericana, así como desde el prisma teórico de la comunicación constitutiva de las organizaciones, en torno a la noción de “territorio” y sus posibilidades de re-habitación en armonía y equilibrio. Partimos de planteamientos fundantes de pensadores como Antonio Pasquali, Paulo Freire, Luis Ramiro Beltrán, Jesús Martín-Barbero y Eric Torrico Villanueva, en amalgama con reflexiones de Boaventura de Sousa Santos, Aníbal Quijano, Orlando Fals Borda, Arturo Escobar y Humberto Maturana.

Los interrogantes y visiones de estos pensadores encuentran puntos de acuerdo sobre las condiciones de existencia y re-existencia. Coinciden en que somos parte de mundos relacionales en movimiento, donde el principio de comunidad/colectividad vuelve a ser el centro, desafiando la concepción moderna del individuo. La sociedad está inmersa en la naturaleza. El territorio es, entonces, una circunstancia de la relacionalidad; es un entramado de relaciones que supera la idea de lucha por la “tierra” y lo consagra como la vida misma, como el entramado humano y natural.

La comunicación debe ser el vector de traducción, constitutivo de narrativas alternativas que otorguen territorio a modelos regenerativos de la cultura y las relaciones. Debe invitarnos a re-habitar el mundo de manera más armoniosa y sostenible.



COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL, COMUNITÁRIA E DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL: DESAFIOS E INICIATIVAS APÓS AS ENCHENTES NO RIO GRANDE DO SUL, BRASIL

Fabio Frá Fernandes , Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Brasil.

Maria Ivete Trevisan Fossá Universidade Federal de Santa Maria, Brasil.

Ademir Tomás Velasco Cargnelutti, Escola Estadual Padre Pedro Marcelino Copetti, Brasil.

No Brasil e em toda a América Latina, as agendas de sustentabilidade enfrentam desafios que demandam abordagens adaptativas e inovadoras. A região é rica em diversidade ambiental e cultural, mas marcada por desigualdades e vulnerabilidades. As organizações latino-americanas estão se comprometendo com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da Agenda 2030 da ONU por meio de iniciativas ESG (*Environmental, Social, and Governance*), mas enfrentam obstáculos como infraestrutura inadequada, instabilidade política e uma cultura corporativa que nem sempre prioriza a sustentabilidade a longo prazo.

Nesse cenário, é vital promover uma governança eficaz e transparente por meio de estratégias de comunicação organizacional focadas na sustentabilidade e responsabilidade sociocultural. A comunicação é central para fornecer fluxos de informação essenciais, promover o diálogo sobre os objetivos da Agenda 2030 e contribuir para a construção de políticas eficazes para sua implementação.

A prática da sustentabilidade depende de políticas públicas e ações coordenadas entre o Estado, organizações privadas e sociedade civil organizada. Para promover a sustentabilidade de maneira eficaz exige uma comunicação ampla e essencial, onde os meios de comunicação e as organizações se tornam agentes para tornar público e acessível dados e indicadores que acompanhem o progresso dessas agendas (Kunsch, 2022).

Sem embargo, a América Latina tem uma base sólida para a inovação ecológica e social, apoiada por sua riqueza cultural e natural. Exemplos positivos incluem agricultura sustentável, preservação da biodiversidade e turismo ecológico, que protegem o meio ambiente e promovem o desenvolvimento econômico inclusivo. A comunicação organizacional é determinante para destacar essas iniciativas e educar o público sobre seus benefícios.

É fundamental, contudo, em uma perspectiva decolonial, reconhecer a diversidade da América Latina e adaptar as abordagens de sustentabilidade às realidades locais. Países como o Brasil enfrentam desafios únicos de conservação ambiental e desenvolvimento sustentável, requerendo políticas públicas específicas e cooperação entre diversos atores sociais. A vulnerabilidade a desastres naturais exige estratégias de adaptação específicas para cada território. No estado do Rio Grande do Sul, Brasil, entre maio e junho de 2024, ocorreu a maior enchente de sua história. Uma catástrofe climática sem precedentes que atingiu 473 municípios, afetou mais de 2 milhões e 347 mil pessoas, resultou em 580 mil desabrigados, mais de 800 feridos, e lamentavelmente, causou a morte de 169 cidadãos (Defesa Civil, 2024). Não obstante, o evento climático vivido pelo Rio Grande do Sul destacou a necessidade urgente de repensar questões como vida na terra, desigualdade e parcerias em prol de instituições e sociedades fortes. Tal situação é um lembrete dos desastres ambientais frequentemente experienciados em outros territórios, sublinhando a importância de integrar a Agenda 2030 para mitigar essas e outras fragilidades no território.

Por esse ângulo, emerge a necessidade de fortalecer o papel de liderança das organizações como agentes estratégicos de desenvolvimento sustentável. Para isso, é fundamental uma abordagem conceitual que destaque as capacidades comunicacionais essenciais para a gestão eficaz do sistema de comunicação da organização. Tais capacidades são indispensáveis para ativar processos de colaboração que promovam o desenvolvimento sustentável (Bravo & Martínez, 2022).

É importante garantir maior inclusão e participação das comunidades locais no desenvolvimento e implementação de políticas sustentáveis. Muitas vezes, as decisões são tomadas de maneira centralizada, ignorando os conhecimentos tradicionais e as necessidades das populações locais. A promoção de uma comunicação organizacional inclusiva pode assegurar que todas as partes interessadas se sintam representadas, aumentando a eficácia e a legitimidade das iniciativas de sustentabilidade.

O objetivo deste texto é incentivar o diálogo e a reflexão sobre desafios e iniciativas para a implementação de práticas sustentáveis, por meio da colaboração entre pesquisadores, agentes comunitários, ONGs e o poder público



na integração dos ODS com a comunicação organizacional. Para isso, analisaremos a experiência local de um dos nove municípios da Quarta Colônia, interior do Rio Grande do Sul, pertencente a um território reconhecido internacionalmente como Geoparque Mundial pela UNESCO, em meio às enchentes de maio e junho de 2024. Com esse objeto empírico, buscaremos refletir sobre como o desenvolvimento sustentável tem sido promovido através da inclusão econômica, social, cultural e política dos habitantes locais, em âmbitos tanto regional quanto global.

Adotaremos o método de pesquisa exploratória, focando nos relatos orais disponibilizados pelos comunitários da região em redes sociais, como vídeos, imagens e textos, para examinar as medidas urgentes adotadas para enfrentar os desafios da mudança climática e seus impactos em regiões menos desenvolvidas. Utilizaremos a técnica de análise textual de material audiovisual, adaptada ao nosso objeto de estudo e à materialidade dos dados e informações, baseando-nos no trabalho de Casetti e Chio (1999) e Pereira e Fossá (2015). Esta abordagem visa não apenas documentar as práticas sustentáveis locais, mas também contribuir para um entendimento mais profundo de como essas práticas podem ser replicadas e ampliadas em contextos similares ao redor da América Latina.

Os resultados preliminares da pesquisa indicam a necessidade de ampliar-se a visibilidade de um projeto de mobilização social em andamento, liderado pela iniciativa pública e privada dos “Caminhos de Ivorá”, que promove ações colaborativas e de corresponsabilidade. Essa iniciativa permite que os membros da comunidade se engajem ativamente na identificação e resolução dos problemas locais, compartilhando a responsabilidade por suas soluções. Ainda que de forma inicial, observa-se o surgimento de vínculos entre os indivíduos que abraçaram a causa da sustentabilidade e da reconstrução do território, especialmente após a calamidade climática que afetou gravemente o Estado.

Diante dos desafios evidenciados pela recente calamidade climática no Rio Grande do Sul, é claro que a promoção de práticas sustentáveis não é apenas uma escolha, mas uma necessidade urgente para fortalecer a resiliência das comunidades locais. A resposta coordenada através de iniciativas como os “Caminhos de Ivorá” exemplifica o potencial transformador da colaboração entre setores público e privado, capacitando os cidadãos a participarem ativamente na mitigação e adaptação aos impactos ambientais. Esses esforços não apenas demonstram a capacidade de recuperação da região, mas também sublinham a importância vital de uma comunicação organizacional inclusiva e eficaz, que não apenas informe, mas mobilize e inspire ações coletivas em prol do desenvolvimento sustentável.

Referências

- Bravo, P. D.; Martínez, N. C. G. (2022). Abordagem conceitual para habilidades de comunicação nas organizações para a Agenda Global 2030. *Organicom*, São Paulo, Brasil, 19(39), p. 48–59. DOI: [10.11606/issn.22382593.organicom.2022.196935](https://doi.org/10.11606/issn.22382593.organicom.2022.196935).
- Casetti, F. & Chio, F. (1999). *Análisis de la televisión: instrumentos, métodos y prácticas de investigación*. Paidós.
- Defesa Civil do Estado do Rio Grande do Sul. (2024). *Defesa Civil atualiza balanço das enchentes no RS*. Recuperado de <https://estado.rs.gov.br/defesa-civilatualiza-balanco-das-enchentes-no-rs-31-5-9h>
- Kunsch, M. M. K. (2022). Estratégias comunicativas nos processos de parcerias para implementação da Agenda 2030 da ONU. *Organicom*, São Paulo, Brasil, 19(39), p. 16–31. <https://doi.org/10.11606/issn.2238-2593.organicom.2022.200234>
- Pereira, F. C. & Fossá, M. I. T. (2015). Análise textual de material audiovisual: uma metodologia para estudo de programação de TV Comunitária. *Ação Midiática*, 9, p.1-14. <http://dx.doi.org/10.5380/am.v1i9.37989>



**IV ENCUENTRO
COMUNICACIÓN
CAMBIO CLIMÁTICO
Y AGENDA 2030**

*Escuchar a la
naturaleza
conversar
sobre
sostenibilidad*

9 Y 10 DE OCTUBRE 2024
EVENTO VIRTUAL



Editor Universidad Católica del Uruguay
Montevideo, julio de 2026
ISBN 978-9915-9935-1-5
