

Comunicação ambiental para mobilização em torno da Agenda 2030¹

Leda Evangelista Braidoti²

Caroline Schepp³

Thayssa Kruger Almansa⁴

Cláudia Herte de Moraes⁵

Universidade Federal de Santa Maria, RS

RESUMO

O trabalho aborda as bases conceituais do projeto institucional Grupo Agenda 2030: Mobilização e sensibilização sobre os ODS no campus de Frederico Westphalen, que atua na divulgação de informações sobre as mudanças climáticas e os objetivos de desenvolvimento sustentável. Reflete sobre a gravidade da crise climática, analisa como ela é abordada na comunicação e discute a relevância da abordagem transdisciplinar na comunicação ambiental.

PALAVRAS-CHAVE: Meio Ambiente; Comunicação Ambiental; Agenda 2030.

CONSIDERAÇÕES INICIAIS

O impacto dos eventos climáticos têm reforçado a convicção dos especialistas ao pontuar a gravidade da crise climática. Torna-se urgente a tomada de decisões, incluindo a conscientização dos governantes e cidadãos em geral, a identificação de pontos críticos da crise e o desenvolvimento de ações de prevenção, mitigação e solução a curto, médio e longo prazo. A divulgação de questões ambientais relevantes têm mobilizado diversos setores da comunidade científica brasileira, incluindo comunicadores especializados em grupos de pesquisa certificados por universidades e institutos de pesquisa.

Nesse contexto, surge o Projeto de Desenvolvimento Institucional Agenda 2030: Mobilização e Sensibilização sobre os ODS no campus da UFSM em Frederico Westphalen, com o objetivo de sensibilizar comunidade acadêmica e viabilizar a implementação dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da Agenda 2030 na cidade. O objetivo deste trabalho é refletir sobre a importância do Projeto Institucional Agenda 2030 na comunicação ambiental, entendido como espaço de

¹ Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho Comunicação e sustentabilidade: ambiente, organizações, sociedade, evento integrante da programação do 23º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 13 a 15 de junho de 2024.

² Bolsista do projeto (PRAE 2024). Estudante do 6º semestre de Jornalismo da UFSM-FW. email:

³ Voluntária do projeto. Estudante do 3º semestre de Jornalismo da UFSM-FW. email:

⁴ Bolsista de extensão (FIEX 2024). Estudante do 6º semestre de Jornalismo da UFSM-FW, email: thayssa.kruger@acad.ufsm.br

⁵ Orientadora do trabalho. Professora de Comunicação da UFSM/FW. email: claudia.moraes@ufsm.br

mobilização. Abordamos a gravidade da crise climática e direcionamos a análise da comunicação e das ações do projeto, considerando portanto discutir a relevância de um projeto transdisciplinar e focado na Agenda 2030 na universidade.

CRISE CLIMÁTICA E AGENDA 2030

Ao longo dos séculos, a natureza passou por transformações significativas devido às mudanças geológicas e ecológicas do planeta. No entanto, é crucial reconhecer que estamos testemunhando uma transformação drástica devido às alterações climáticas em nível global, fator este que é diretamente impulsionado pela atividade humana.

(...) A mudança climática é um dos maiores desafios do nosso tempo e seus efeitos negativos minam a capacidade de todos os países de alcançar o desenvolvimento sustentável. (...) A sobrevivência de muitas sociedades, bem como dos sistemas biológicos do planeta, está em risco. (ONU, 2015)

Essas mudanças refletem concepções enraizadas na esfera ética, na competência técnica e científica, mas também estão fundamentadas em uma lógica absurda que promove um crescimento desenfreado e sem controle, como se os recursos naturais fossem inesgotáveis. Além de justificar a dominação e exploração da natureza para atender aos interesses de governos e corporações. (BUENO, 2007)

Diante desse panorama, surge a questão crucial: o que está sendo feito para preparar a população para se adaptar a essa nova realidade e modificar seu modo de vida de forma socialmente sustentável? Criada pela Organização das Nações Unidas (ONU) em 2015, a Agenda 2030 é uma iniciativa global destinada a orientar as nações do mundo a enfrentarem em conjunto desafios que ameaçam a vida no planeta. Os 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (...) buscam concretizar os direitos humanos de todos e alcançar a igualdade de gênero e o empoderamento das mulheres e meninas. Eles são integrados e indivisíveis” (ONU, 2015).

Seus objetivos incluem a erradicação da pobreza, a promoção da igualdade de gênero, o estímulo ao consumo e à produção sustentável, entre outros. Para colaborar com a mudança na sociedade, é necessário que vários setores se mobilizem e, neste sentido, cabe à comunicação ambiental fazer parte destes esforços.

COMUNICAÇÃO AMBIENTAL E MOBILIZAÇÃO

A expressão comunicação ambiental foi utilizada, pela primeira vez, em 1969, pelo professor e repórter Clarence A.Schoenfeld, em artigo publicado na revista *Journal of Environmental Education*, da qual foi editor e fundador. Como indicam Aguiar e Cerqueira (2012, p.13), ela pode ser identificada inicialmente como formas narrativas sobre a natureza ainda antes das mídias: “relatos dos descobridores, os diários de viagens e os relatórios descritivos de fenômenos naturais publicados pelas revistas científicas desde o século XIX”. Pela concepção de Schoenfeld, tinha como objetivo “produzir cidadãos capacitados a respeito do nosso ambiente e os problemas a ele associados, ciente de como ajudar a resolver esses problemas, e motivado para trabalhar pelas suas soluções.” (JURIN, ROUSH e DANTER, 2010 apud BUENO, 2024).

Bueno (2007, p. 30) define a comunicação ambiental como “todo o conjunto de ações, estratégias, produtos, planos e esforços destinados a promover a divulgação/promoção da causa ambiental”, diferenciando do jornalismo ambiental, que se caracteriza por produtos (veículos, de maneira geral) oriundos do trabalho de profissionais em espaços na mídia de massa (imprensa de informação geral ou especializada) ou nos demais que tratem de meio ambiente (BUENO, 2007, p.34).

Estes aspectos da Comunicação Ambiental conduzem a uma questão fundamental que se coloca em torno da mobilização das pessoas para uma ação climática. Veronezi (2021) apresenta, que as estratégias para a mobilização da comunicação ambiental em diversos locais; conselhos comunitários em municípios, projetos de pesquisa, ensino e extensão, colaborações com os três setores e outras ações diretas que podem ser desenvolvidas com a relação entre os locais apresentados acima. Instituinto a promoção dos fatos, a divulgação das ações regionais e criando uma relação ativa com toda a população. A partir do projeto institucional, pode-se exercer os seguintes tópicos estratégicos (VERONEZI, 2021); segundo, a integração com demais projetos, quarto, o fomento da educomunicação, quinto, a pesquisa e avaliação das ações realizadas pelo grupo, e sexto, a divulgação de eventos e acontecimentos no âmbito acadêmico.

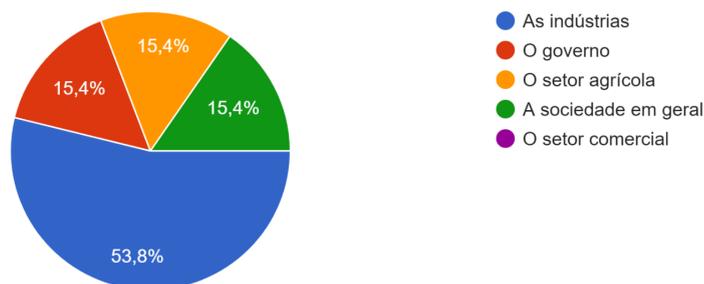
ANÁLISE E DISCUSSÃO

Levando em conta os objetivos de comunicação e de mobilização no projeto Grupo Agenda 2030, foi dada importância à percepção ambiental dos estudantes da UFSM/FW sobre meio ambiente. O questionário contou com treze respostas dos universitários dos cursos de Jornalismo, Relações Públicas, Engenharia Ambiental e Sanitária, Engenharia Florestal, Agronomia, Licenciatura Interdisciplinar Indígena e Licenciatura em Computação, além dos cursos de pós-graduação Agronomia: Agricultura e Ambiente e Ciência Tecnologia Ambiental.

De acordo com as respostas do formulário sobre Percepção Ambiental, respondidas pelos estudantes entre 2023 e 2024, buscou-se entender de que forma a mobilização pode ser atingida, a partir da percepção deste público em relação à temática:

Qual segmento você classifica como o principal responsável pelos danos ao meio ambiente?

13 respostas

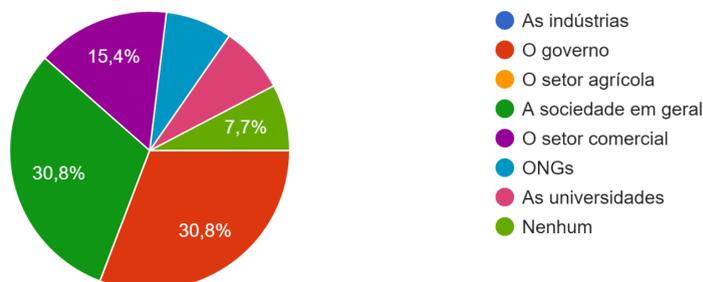


Fonte: Os autores, 2023.

A partir disso uma responsabilização das indústrias pelo maior número de danos causados ao meio ambiente. Porém, a relação presente entre o primeiro setor e o segundo é de mutualidade, até porque, sem a legitimidade do governo às práticas de destruição das indústrias nunca ocorreriam. De acordo com Bueno (2007), esses valores estão enraizados na esfera ética e na lógica de um crescimento desenfreado e sem controle da matéria- prima. Além da “justificativa” da dominação e exploração da natureza para atender aos interesses de governos e corporações.

Qual segmento você classifica como o mais envolvido com a proteção do meio ambiente?

13 respostas



Fonte: Os autores, 2023.

Na segunda questão, apresenta-se assim a noção de que se relaciona a responsabilidade diretamente com as possibilidades de ação para a conservação e proteção ambiental.

Abordamos apenas estas duas questões por conta do espaço deste trabalho, e passamos a demonstrar a comunicação por meio do instagram do projeto, que busca divulgar as ações de diferentes áreas com intuito de mobilizar para a temática.

QUADRO DE POSTAGENS INSTAGRAM GRUPO AGENDA 2030 EM 2023

Áreas da Agenda	Título	Projetos	Posts
Econômico	ODS 8, 9 , 10 e 12	4	5
Social	ODS 1, 2, 3, 4, 5, 7, 11, 16	40	13
Ambiental	ODS 6, 13, 14, 15	5	10
Parcerias	ODS 17	2	1

Fonte: <https://www.instagram.com/agenda2030ufsm/>

Analisando estas comunicações, que são realizadas a partir das atividades de professores e estudantes em projetos de extensão, ensino e pesquisa, podemos avaliar que há movimentação dos temas e, portanto, espaço para mobilização dos públicos. Desta forma, ao longo do último ano (2023), o projeto institucional abordou temáticas importantes ao mapear alguns dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) presentes na UFSM/FW. Desenvolvendo, divulgando e discutindo a construção do *Pensando Verde: Mobilização e sensibilização sobre a Agenda 2030*, um evento que

surgiu do trabalho coletivo de três salas, voluntários e iniciativas acadêmicas do campus de Frederico Westphalen. Resultado este que surgiu das estratégias da mobilização comunicacional (VERONEZI, 2021) e da comunicação ambiental (BUENO, 2024).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao apresentar os resultados do Projeto Institucional Agenda 2030, podemos observar a sua relevância para a construção de um espaço de comunicação ambiental voltado para o debate da crise climática. Conforme Bueno (2007) assegura, há diferenças entre a comunicação ambiental e o jornalismo ambiental, e é justamente esta assimetria que possibilitou as estratégias do Grupo Agenda 2030; a exclusividade da temática ambiental em produções jornalísticas permite a ampla divulgação aos demais grupos universitários. Ao mesmo tempo, organizar a comunicação envolve mais que o jornalismo e, portanto, se direciona aos diversos públicos envolvidos, especialmente corpo discente e docente da UFSM/FW.

REFERÊNCIAS

ONU. **Agenda 2030 para o Desenvolvimento Sustentável**. Publicações. [As Nações Unidas no Brasil](#). 2015.

VERONEZI, K. da S. **Programa estratégico em comunicação para implementação local da Agenda 2030: uma proposta para o desenvolvimento sustentável**. TCC (Relações Públicas) - UFSM. Frederico Westphalen, 2021.

BUENO, Wilson da C. **Comunicação, jornalismo e meio ambiente: teoria e pesquisa**. Mojoara Editorial. 2007

BUENO, Wilson da C.. **A importância dos grupos de pesquisa para a legitimação e consolidação da Comunicação Ambiental no Brasil**. Journal of Science Communication América Latina. 2024.