

COMMUNICATION AND SUSTAINABILITY: A DISCUSSION ABOUT THE TERM “SUSTAINABLE COMMUNICATION” AS A PROCESS OF BUILDING SUSTAINABLE VALUES IN ORGANIZATIONS

Comunicação e sustentabilidade: uma discussão sobre o conceito de “comunicação sustentável” como um processo de construção de valores sustentáveis nas organizações

Milene Rocha Lourenço Leitzke¹
Marlene Regina Marchiori²

Resumo

Este ensaio tece considerações sobre o processo de construção da consciência dos indivíduos sobre sustentabilidade nos ambientes organizacionais. Para isso, realiza uma discussão a partir dos termos Comunicação Sustentável, conhecido como um caminho responsável por facilitar os relacionamentos e proporcionar um ambiente de entendimento mútuo entre os indivíduos, tornando-os conscientes sobre sustentabilidade, proporcionando a prática de valores sustentáveis nos ambientes organizacionais. Nesse contexto, admite-se que a sustentabilidade acontece à medida que os indivíduos se reconhecem entre si e percebem o impacto e a importância de suas ações. Portanto, a partir dessas considerações, a Comunicação Sustentável pode ser vislumbrada como uma via possível para que os sujeitos interajam e construam coletivamente uma sociedade sustentável.

Palavras-chave: Comunicação, Consciência, Interação, Sustentabilidade, Valores.

Abstract

This essay characterizes the development process of the individuals' awareness upon sustainability in organizational environments. We carried out a discussion based on the terms “Sustainable Communication”, known as a path responsible for facilitating relationships and providing an environment of mutual understanding among individuals. Through the discussion, the participants became aware about sustainability and practiced sustainable values in organizational environments. In this context, sustainability occurs when individuals recognize each other and comprehend the impact of their actions. Therefore, Sustainable Communication can be seen as a possible way for the subjects to interact and collectively build a sustainable society.

Keywords: Communication, Conscience, Interaction, Sustainability, Values.

¹ Possui Mestrado em Administração pela Universidade Estadual de Londrina - UEL, Brasil. Graduação em Comunicação Social pela mesma universidade. Docente da Universidade Federal do Paraná - UFPR, Brasil.

² Possui Doutorado em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo - USP, Brasil. Mestrado em Ciências da Comunicação pela mesma universidade. Graduação em Administração de Empresas pela Universidade Estadual de Londrina - UEL, Brasil. Graduação em Comunicação Social pela mesma universidade.

Entendendo que a maior parte das atividades produtivas ocorre nos ambientes organizacionais, pode-se dizer que inúmeros são os fatores que interferem no cotidiano das organizações. A globalização, a diversidade cultural, as preocupações éticas, a responsabilidade social e a velocidade de resposta para mudanças ambientais (Daft, 2008) são importantes exemplos dessa influência.

Esses processos tornam os ambientes de trabalho espaços marcados por rápidas mudanças e por novas conquistas, os quais geram alterações significativas no espaço e no tempo dos indivíduos (Marchiori, 2008).

Essas mudanças, ao propiciarem maior envolvimento da organização com a sociedade, despertam não só o interesse econômico, mas também a preocupação com questões sociais e ambientais, que têm refletido no pensar estratégico e nas ações cotidianas desempenhadas pelos sujeitos nas organizações. Estas se mostram atentas e integradas com as demandas e as necessidades emergentes, seja na forma de discursos que reforçam a imagem de organizações “ecologicamente corretos” ou na busca de atitudes “ambientalmente viáveis à rotina” (Barbosa, 2013).

Nesse contexto, faz-se importante ampliar a compreensão e considerar as organizações como resultado da soma das atitudes dos indivíduos, os quais possuem sua própria cultura, valores, crenças e necessidades e aprendem pelo ato social a conviverem com outros indivíduos. Em função dessas relações, que criam diferentes culturas e identidades, torna-se inviável compreender as organizações de forma isolada e independente do meio em que estão inseridas, pois são dependentes dos contextos sociais em que se inserem, interagindo com os componentes desse meio, trazendo para sua realidade interna os aspectos que possibilitem seu aprendizado e amadurecimento (Marchiori, 2008).

É nesse sentido que Alvarenga (2008) afirma que, nos últimos anos, propostas para se ampliar o conhecimento “da e nas organizações” têm sido vistas como estratégias para

enfrentar as mudanças decorrentes do cenário atual, entendendo os sujeitos como fundamental para o alcance dos objetivos da organização, já que esses sujeitos que aprendem continuamente engajam-se nos complexos ambientes organizacionais, são capazes de produzir sentidos e ressignificar o que foi aprendido.

Esse processo de aprendizagem, de acordo com Blaker e Lave (1993, 1983 citado por Alvarenga, 2008), é resultado também da interação entre os indivíduos, em que conhecimentos individuais, ao serem compartilhados e dialogados nos processos interacionais, acabam por constituir a aprendizagem organizacional.

Partindo dessa perspectiva, este ensaio entende que o processo de interação proporciona aprendizagem contínua e, a cada novo ciclo, há um amadurecimento, o que certamente facilita a formação da consciência dos indivíduos, resultando na manifestação de suas atitudes e na produção de significados que coletivamente constroem sentido. Assim, parte-se da premissa de que as organizações dependem da consciência dos sujeitos para transcenderem sua própria realidade, visto que, a partir do momento que os sujeitos se tornam conscientes, suas práticas se revelam como valores nas organizações, tornando as ações realizadas de maneira natural e espontânea.

A partir dessa discussão, percebe-se que se vive um momento em que as organizações têm passado por uma transição na maneira de entender a realidade e lidar com seus negócios. As lógicas econômica e funcional, que sustentaram as organizações ao longo do século XX, têm cedido espaço para uma nova postura, a que considera a cultura, as emoções, as conversações, o diálogo, compreendendo organizações como possibilidades de realizações pessoais, além de profissionais (Daft, 2008).

Nesse contexto, surge, portanto, um apelo às discussões sobre Sustentabilidade, ações de Responsabilidade Social, Direito do Consumidor e exercício de cidadania, que passam a ser temas recorrentes no cotidiano das organizações, que, em decorrência, acabam se tornando

dependentes dessas questões para conseguir atingir suas metas. Sobre isso, Barbosa (2013) destaca que o título de “empresas responsáveis” confere a elas dependência das práticas sustentáveis, principalmente pelo lucro e pelo sucesso.

Observa-se, então, nas discussões sobre sustentabilidade, que ela não é mais algo que a organização busca ser, mas, sim, algo que já deve estar sedimentado e enraizado em seus processos, considerando que é atribuída às organizações a responsabilidade de lidar com as questões que envolvem a sociedade e a garantia do bem-estar social para os seres humanos.

Entretanto, para que isso aconteça, as práticas de Desenvolvimento Sustentável precisam ser entendidas e aprendidas pelos sujeitos, para que eles se tornem conscientes e as realizem de maneira espontânea e natural. Isso significa que as organizações necessitam habilitar os sujeitos, por meio de conversações, interações, e da maneira de se expressar e produzir sentido, para que essas práticas sejam realizadas.

Frente a esse cenário, a Comunicação Sustentável assume uma perspectiva importante, por facilitar os relacionamentos e os processos interacionais e por proporcionar um ambiente de entendimento mútuo entre os indivíduos, principalmente no que diz respeito a questões sustentáveis e práticas de responsabilidade social.

Organizações que amadurecem seu olhar sobre Sustentabilidade têm a Comunicação Sustentável como processo, uma vez que ela reflete a Sustentabilidade de maneira coletiva, por meio da interação social, e proporciona a produção de valores sustentáveis e entendimento dos sujeitos organizacionais, construindo a consciência para sustentabilidade (Lattuada, 2011).

Evidencia-se, portanto, que existem inúmeros motivos e razões para que a Sustentabilidade ocorra nas organizações, porém este ensaio ressalta uma em especial, a dependência das organizações em relação ao comportamento do indivíduo, para que a Sustentabilidade seja uma realidade. Essa preocupação considera que as ações sustentáveis

precisam emergir dos sujeitos para que realmente sejam colocadas em práticas em benefício da sociedade. Acredita-se que ações sustentáveis estão diretamente relacionadas com uma tomada de consciência dos sujeitos. É no agir e no interagir dos sujeitos que o Desenvolvimento Sustentável se constitui.

Essas preocupações levaram as autoras a refletir sobre a seguinte problemática: como a Comunicação Sustentável constrói a consciência sobre Sustentabilidade nos indivíduos? Essa discussão apresenta uma articulação entre os contextos organizacionais e o Desenvolvimento Sustentável, sendo a Comunicação Sustentável processo fundamental para que a Sustentabilidade possa emergir dos indivíduos nas organizações.

Portanto, cabe ressaltar que este é um trabalho teórico, que discute essa questão em três momentos: apresenta-se, primeiramente, um panorama geral sobre as sociedades sustentáveis, suas características e a valorização dos sujeitos enquanto aqueles responsáveis para que a sustentabilidade seja uma prática nas organizações; aborda-se, na sequência, a Comunicação Sustentável como processo que permeia as organizações de maneira natural, habilitando os sujeitos para a consciência sobre a sustentabilidade, sendo constituída como valor nesses ambientes. A partir dessa reflexão discute-se como a Comunicação Sustentável constrói a consciência para sustentabilidade nas organizações e inspira-as para esse amadurecimento.

Com isso, este ensaio teórico contribui para um novo olhar e chama a atenção para a dependência das atitudes dos indivíduos sobre as ações que envolvam a temática da sustentabilidade. Esse campo, recheado de contradições e complexidade pode se tornar possível a partir de um movimento de conscientização e reconhecimento da necessidade de um ambiente que se faça sustentável.

Nesse sentido, as aproximações possíveis entre a Sustentabilidade e a Comunicação Sustentável se revelam e se concretizam por meio dos processos interacionais que permitem

que os sujeitos se relacionem e transcendam suas realidades, levando em consideração seus contextos social, histórico e cultural.

Referencial Teórico

Sociedades Sustentáveis: Um Sistema Vivo e Complexo

As constantes mudanças que permeiam a sociedade atual têm acarretado uma série de preocupações, que envolvem questões ambientais, políticas, sociais e econômicas. A sociedade moderna, marcada pelos avanços da ciência e pelo predomínio da racionalidade, tem perdido espaço e cedido lugar a um movimento de discursos fragmentados, em que a verdade absoluta não advém somente da ciência, mas de outros meios, como por exemplo, o senso comum (Santos, 2002). Com isso, surge a necessidade de repensar como estamos vivendo no presente, como estamos lidando com o meio ambiente, com as questões econômicas, com as pessoas e com a política. Estamos vivendo uma crise de transição e toda transição é caracterizada como incerta e instável, pois não se sabe o que pode acontecer posteriormente (Santos, 2002).

Nesse sentido de repensar a trajetória da humanidade e as questões que afetam a qualidade de vida do presente e do futuro, iniciaram-se, em meados da década de 1970, discussões sobre o conceito de Sustentabilidade, as quais culminaram na definição de Desenvolvimento Sustentável apresentada pelo relatório de Brundtland em 1987.

Capra (2002) afirma que, quando se iniciam as discussões sobre sustentabilidade, surge a necessidade de esclarecer o conceito de Sociedades Sustentáveis, que seriam tipos ideais de sociedade, em que os sujeitos suprem suas necessidades no presente sem diminuir as perspectivas para as futuras gerações. Esse olhar é semelhante ao proposto pelo Relatório de Brundtland, que considera desenvolvimento sustentável como um modelo de

desenvolvimento da sociedade que atende as necessidades do presente sem comprometer que as gerações futuras atendam suas próprias necessidades (Banerjee, 2003).

Lester Brown, fundador do instituto Worldwatch (citado por Capra, 2002), lembra que essa definição de Sociedade Sustentável ainda é um desafio para a humanidade, uma vez que, para que possa haver uma Sociedade Sustentável para geração presente e futura, é fundamental repensar as bases tecnológicas e as instituições sociais de tal forma que se possa “(...) transpor o enorme abismo que se abriu entre os projetos humanos e os sistemas ecologicamente sustentáveis da natureza” (Capra, 2002, p. 99).

Por exemplo, Capra (2002) cita que o principal passo a ser dado em prol da construção de Sociedades Sustentáveis é rejeitar o acelerado e incessante crescimento econômico e que as grandes corporações, governos, organizações ambientais, entre outros, se manifestem em favor dessa nova concepção de sociedade com a finalidade de atender toda população.

Por conta disso, é necessário que seja deixado de lado o padrão de sociedade industrializada e seja priorizada a possibilidade da existência de sociedades sustentáveis alternativas e diversificadas, pautadas principalmente pela ecologia, a sustentabilidade econômica, social e política (Gomes, 2004). Para tanto, uma Sociedade Sustentável, além de possuir seus próprios meios de produção e consumo (Diegues, 1992), necessita priorizar as pessoas, que devem ser vistas como sujeitos e não objetos do desenvolvimento.

No entanto, de acordo com Capra (2002), mesmo diante de todas essas pontuações, Sociedades Sustentáveis ainda se configuram como o maior desafio da sociedade atual por diversos motivos, mas, principalmente, porque ela deve ser entendida como um sistema vivo, em que os ecossistemas se desenvolvem para sustentar o que Capra (2002) chama de teias da vida.

Em se tratando de um sistema vivo, tudo pode se esperar, pois os seres humanos são inconstantes, complexos e muitas vezes irracionais, o que pode dificultar a possibilidade de transformar uma sociedade em Sociedade Sustentável.

Nesse sistema vivo, os sujeitos constroem suas relações e significados sociais de maneira coletiva, construindo teias que acabam prendendo a si próprios (Morin, 2006). Isso demonstra que as relações criadas e mantidas pelos sujeitos são marcadas pela complexidade de cada indivíduo. Dessa forma, segundo Morin (2006), frente a estas características, a sociedade passa a ser entendida como um sistema vivo que é essencialmente complexo.

Essa complexidade, por ser um reflexo das relações desenvolvidas pelos sujeitos na sociedade, pode ser entendida como um reflexo do mundo fragmentado e individualista da era moderna (Soares, 2009). A perspectiva atual, que considera a visão de apenas um indivíduo e não da coletividade, é considerada limitada para solucionar essas questões e lidar com o aumento da complexidade ambiental (Shrivastava, 1995, citado por Boszczowski, 2010). Por conta disso, muitos autores têm defendido a necessidade de que as empresas adotem novas estratégias de negócios e maneiras de atuar diante da sociedade. Maneiras, estas que permitam à organização ir além de uma visão racionalista (Doppelt, 2003; Dunphy, Griffiths, & Benn, 2003; Prahalad, 2004 citado por Boszczowski, 2010). Surge com isso, a proposta de mobilizar suas estratégias para ações de desenvolvimento para uma sociedade sustentável.

Diante disso, entende-se que a gestão da sustentabilidade deve ser necessariamente uma tarefa coletiva, não podendo ser atribuída a uma única empresa ou a um único Estado, ou seja, não ser pensada de forma isolada, mas como um sistema complexo (Soares, 2009). Sendo assim, a Sustentabilidade pressupõe a percepção da complexidade existente na sociedade e só é concretizada à medida que “(...) se alastra por todas as cadeias econômico-produtivas no mundo, bem como pelas práticas humanas mais triviais” (Soares, 2009, p. 29).

Cabe, portanto, às organizações, diante da influência que exercem sobre os sujeitos, a responsabilidade de envolvê-los em movimentos que proporcionem maior envolvimento com o campo da sustentabilidade e com a responsabilidade de proporcionar a viabilidade de um futuro sustentável, considerando, nesse processo, os sistemas sociais que os envolvem e as influências e impactos que produzem na sociedade. A partir dessa iniciativa e do entendimento da sociedade como um sistema vivo e complexo, as organizações caminharão na direção de uma mudança de valores, para efetivamente alcançar a sustentabilidade.

Sustentabilidade e Desenvolvimento Sustentável: Um Valor nas Organizações

Cabe, nesse momento, diferenciar brevemente os conceitos de Desenvolvimento Sustentável e Sustentabilidade. O Desenvolvimento Sustentável pode ser entendido como um processo, sendo incumbido das ações necessárias a serem realizadas para alcançar a Sustentabilidade. Já a Sustentabilidade, por sua vez, é o estágio a ser alcançado, um tipo ideal, em que a sociedade ou o fenômeno em questão se encontram (Osorio, Lobato, & Castillo, 2005; Souza, 2010). Com isso, evidencia-se que o Desenvolvimento Sustentável é um processo para se alcançar o objetivo maior, a Sustentabilidade.

Godemann e Michelsen (2011) conceituam desenvolvimento sustentável como aquele “(...) que encontra o que precisa no presente, com o compromisso de capacitar as futuras gerações para encontrarem o que querem no futuro” (p. 5). E, segundo Shriberg (2000 citado por Uehara, Otero, Martins, Philippi Jr., & Mantovani, 2010), o Desenvolvimento Sustentável é um alvo móvel, um status ainda não alcançado por qualquer organização.

Contudo, as definições comumente utilizadas e aceitas em relação ao Desenvolvimento Sustentável estão baseadas no Relatório Brundtland (World Commission on Environment and Development, 1987) e o documento conhecido como “Agenda 21”. Essas definições se resumem em um processo de mudança em que a exploração de recursos, a direção dos

investimentos, a orientação do desenvolvimento tecnológico e a mudança institucional devem ser direcionadas às necessidades do presente, sem comprometer o futuro (Banerjee, 2003).

Evidencia-se, portanto, que, além de tentar conciliar crescimento econômico com a proteção do meio ambiente, a agenda de desenvolvimento sustentável de Brundtland também se concentra em justiça social e em desenvolvimento humano no âmbito da equidade social e da distribuição equitativa e na utilização dos recursos.

Já na perspectiva da Sustentabilidade, Godemann e Michelsen (2011) afirmam que esta tem sido apontada como uma meta importante pelo governo, empresas, ONGs e também em conferências nacionais e internacionais, desempenhando um papel em uma variedade de grupos de interesses. Portanto, a Sustentabilidade pode ser entendida como um novo modo de produção do conhecimento, bem como um entendimento avançado da ciência, que confronta a tradicional prática científica com uma nova modalidade de problema de pesquisa, orientada para dar respostas fundamentalmente diferentes para as questões da complexa sociedade contemporânea (Godemann & Michelsen, 2011).

Por conta disso, tem como prioridade olhar para os relacionamentos entre os seres humanos e o meio ambiente, sendo que os interesses sociais, políticos e econômicos são elementos constituídos por um processo de busca, questionamentos e potenciais soluções para os problemas (Hirsch Hadorn et al., 2008 citado por Godemann & Michelsen, 2011).

Para Baroni (1992), a discussão sobre sustentabilidade abre as portas para o debate sobre equidade social dentro de uma mesma geração quando discute o acesso aos bens das gerações futuras, porém, para Redclif (2006), a concepção do que seria necessidade para esta e para próximas gerações e a falta de consenso sobre o termo permitem que países mais ricos determinem mudanças nos países em desenvolvimento. Nesse sentido, Barkemeyer, Holt, Preuss e Tsang (2011) observam que o Desenvolvimento Sustentável foi utilizado e aplicado em torno das necessidades dos países industrializados que expandiram seus negócios – por

meio de multinacionais – para países em desenvolvimento pensando na operação e extração de seus suprimentos.

Nesse contexto, vale destacar uma pesquisa, realizada por Claro, Claro e Amâncio (2008), que apresenta os fatores que influenciam na compreensão e na interpretação dos indivíduos nas organizações sobre os discursos sustentáveis. Esses autores partem da premissa de que a falta de entendimento e interpretação ocasionam a dificuldade de colocar em prática as ações de desenvolvimento sustentável. Os resultados dessa pesquisa revelam que a escolaridade, o tipo de tarefa desempenhada no trabalho, o discurso e a prática gerencial afetam diretamente a interpretação dos indivíduos do termo sustentabilidade.

Diante disso, muitos estudiosos argumentam que a implementação da sustentabilidade organizacional requer uma mudança cultural significativa (Crane, 1995; Post & Altman, 1994; Purser, 1994; Rane, 2000; Stead & Stead, 1992; Welford, 1995, citado por Linnenluecke & Griffiths, 2010) e, portanto, a gestão de novos sistemas, de um conjunto consistente de valores, crenças e comportamento (Cheng, Fet, & Holmen, 2010; Van Marrewijk & Werre, 2003).

Segundo Cheng, Fet e Holmen (2010), implementar a sustentabilidade organizacional diz respeito à construção de uma plataforma de aprendizado na qual a organização possa difundir visões econômicas, sociais e ambientais do nível estratégico para o operacional. Parte-se, então, para a construção de uma nova cultura, orientada para a sustentabilidade organizacional, que irá determinar o quão profundamente os empregados, de forma consistente e lógica, podem conectar seus próprios esforços com metas de sustentabilidade. A cultura, portanto, é entendida nesse estudo como algo que surge espontaneamente do cotidiano da interação social entre as pessoas, ou seja, suas diferentes maneiras de agir (Marchiori, 2008; Smircich, 1983). Assim, cultura e comunicação são questões indissociáveis e constituem um mesmo processo de construção contínuo, em que o

compartilhar de experiências, a construção de sentido e o diálogo reconhecem e renovam culturas da organização (Marchiori, 2010), entre elas, a cultura da sustentabilidade.

Com isso, entende-se que a Sustentabilidade necessita ser significada e apropriada pelos sujeitos organizacionais, para que suas práticas sejam realmente efetivas. Essa significação necessita estar no nível da consciência reflexiva dos sujeitos, ou seja, eles precisam compreender e refletir sobre o tema e torná-lo um valor que se traduz em prática (Baldissera, 2009).

Por conta disso, este estudo transcende a ideia de que o problema para a prática das ações de desenvolvimento sustentáveis sejam ações pontuais e entende a cultura como uma metáfora, que enxerga as organizações como expressões de formas e manifestações da consciência humana (Carrieri, 2002), entendendo-as como fenômenos socialmente construídos nas interações.

Assim, a construção da Sustentabilidade como um valor e um contexto para as organizações (Veiga, 2010) é resultante dessas interações, o que requer a prática da Comunicação Sustentável por refletir a Sustentabilidade de maneira coletiva por meio da interação social estabelecida entre os sujeitos envolvidos. A partir disso, há um fortalecimento do entendimento sobre sustentabilidade, o que favorece a construção de uma consciência que se configura em torno dessa temática. Essa realidade faz com que o processo e a prática da sustentabilidade aconteçam de maneira natural e espontânea nos contextos organizacionais.

A Comunicação Sustentável, nesse sentido, torna-se um meio e um processo para que os sujeitos em interação observem a temática da sustentabilidade como um campo necessário e preciso que se manifesta naturalmente em seus ambientes. Por promover diálogos e interações que visem a um aprimoramento do campo da sustentabilidade, a Comunicação

Sustentável torna-se um novo olhar possível para que a Sustentabilidade se torne uma realidade nas organizações.

Comunicação Sustentável como Processo

Compreendendo a comunicação pelo viés da perspectiva interpretativa simbólica, que prioriza o entendimento e os significados compartilhados e defende que os indivíduos são capazes de construir sua própria realidade social à medida que têm habilidade para se comunicar, a comunicação é tida como um processo de sustentação da organização, em que os significados das palavras são interpretados simbolicamente por meio da experiência compartilhada realizada através das interações presentes nos contextos organizacionais (Marchiori, 2008).

Partindo desta perspectiva de interação e da construção de significados por meio da comunicação, entende-se que, em uma perspectiva sustentável, que engloba a sustentabilidade, o desenvolvimento sustentável e a responsabilidade social, os sujeitos são os atores centrais, pois, uma vez conscientes das possíveis ações sustentáveis, buscam identificações que tornem clara essa vivência, representando em sua essência do agir comportamentos que são observados e compreendidos como sustentáveis por aquele grupo, os quais acabam por inspirar organizações para que os processos de Sustentabilidade efetivamente se concretizem.

Evidencia-se, com isso, que a ideia de Sustentabilidade necessita ser significada e continuamente ressignificada pelos sujeitos, para que, ao refletirem sobre esse tema, o tenham como uma questão consciente e fundamental no seu agir. De acordo com Baldissera (2009), não basta dizer a um sujeito que ele deve fazer algo ou adotar um comportamento específico, é necessário que esse algo, ou esse comportamento faça algum sentido para ele, ou seja, que ele compreenda e dê valor ao que está refletindo.

Processos e práticas de Sustentabilidade requisitam a construção de consciência entre os sujeitos, para que possam compreendê-la como um valor no ambiente organizacional. Essa construção ocorre a partir das trocas, das experiências, das falas, dos diálogos, das conversações, do silêncio, que podem expressar diferentes manifestações das interações nas organizações.

Interações sociais são reflexos da Comunicação Sustentável, entendida como um processo que pensa a sustentabilidade coletivamente, tornando-a um conceito entendido pelos indivíduos, que promovem mudanças sociais ao agregar valor à comunidade e incrementa o capital social da organização ao passo que potencializa o efeito expansivo da comunicação aos seus públicos de interesse (Lattuada, 2011).

Tendo como ponto de partida a premissa de que a construção da consciência coletiva para sustentabilidade só acontece quando emerge do indivíduo, evidencia-se a necessidade de entendimentos mútuos dos processos sustentáveis e de seus reflexos na sociedade. Estes entendimentos, por sua vez, acontecem por meio das interações entre os indivíduos, os quais constroem significados e atribuem valores sustentáveis à organização. A somatória desses processos mobiliza os sujeitos socialmente, refletindo em práticas de Comunicação Sustentável.

É por meio dos processos comunicacionais que há a possibilidade de se promover um entendimento de consciência isolada e de evidenciar os sentimentos que não podem ser observados. Ao dialogarem e interagirem, os sujeitos têm a oportunidade de expor seus sentimentos, pensamentos e emoções, o que facilita a socialização das ideias. Somente a partir desse processo o ser humano torna-se um ser social, capaz de exteriorizar seus sentimentos e pensamentos (Godemann & Michelsen, 2011).

É, portanto, a partir dessa exteriorização que se torna possível identificar como o ser humano coloca-se frente à realidade e à sociedade em que está inserido, e, a partir disso,

torna-se possível iniciar práticas de Comunicação Sustentável. Em suma, a Comunicação Sustentável só é uma realidade quando o indivíduo exterioriza seus sentimentos e pensamentos e se coloca frente à realidade e à sociedade.

Sobre isso, Godemann e Michelsen (2011) argumentam que a Comunicação Sustentável é um processo de entendimento mútuo que lida com o desenvolvimento futuro da sociedade, que é o ponto central da sustentabilidade. Esse processo ocorre em diferentes níveis e contextos, bem como entre os indivíduos, entre estes e instituições, entre estas e outras instituições, em escolas e universidades, na mídia, na política, nos negócios, nas comunidades regionais, nacionais e, até, em âmbito internacional. Assim, o sucesso da comunicação sobre a sustentabilidade depende de um grande número de fatores, os quais são processos complexos e que requerem ações aprofundadas e inter-relacionadas com muitas variáveis.

Desse modo, Godemann e Michelsen (2011) acreditam que a tarefa da Comunicação Sustentável é promover um entendimento de mundo entre os seres humanos e o meio ambiente, de modo a introduzir um discurso social, com o desenvolvimento de críticas e respostas aos problemas de relacionamentos, valores e normas sociais. Com isso, a Comunicação Sustentável oferece uma gama de entendimento sobre os atores e os sistemas sociais.

Portanto, entende-se que a Comunicação Sustentável se dá a partir do engajamento dos indivíduos com o meio ambiente, desenvolvendo responsabilidades com o meio em que vivem e consigo mesmos. Lattuada (2011) complementa esse pensamento, argumentando que é por meio dessa prática de comunicação que há a possibilidade de articulação entre os valores de imagem, gestão comunicacional e do capital social na organização. Assim, a autora enfatiza que esse processo só ocorre quando há uma troca social que agregue valor à comunidade, o que significa incrementar o capital social da organização por meio da expansividade da comunicação com o público interno e externo.

A sustentabilidade, portanto, pode ser entendida como um novo modo de produção do conhecimento, bem como um novo entendimento da ciência, que confronta a tradicional prática científica com uma nova modalidade de problema de pesquisa, orientada para dar respostas fundamentalmente diferentes para as questões da complexa sociedade contemporânea (Godemann & Michelsen, 2011).

A comunicação entre as pessoas pode potencializar interações que tragam avanços substanciais na produção de novos repertórios e práticas de mobilização social para a sustentabilidade (Glasser, 2007; Sterling, 2004; Wenger, 1998). Na linha de construção do contexto da sustentabilidade, portanto, tem-se em Wenger (1998) o aprendizado como um fenômeno que reflete a natureza social do homem e suas experiências de participação no mundo, o que enaltece sua capacidade como sujeito coletivo que, ao interagir, constrói sentido.

Por fim, vislumbra-se que a Comunicação Sustentável, quando entendida como um processo capaz de habilitar os sujeitos para a realidade da sustentabilidade, favorece o entendimento da Sustentabilidade como um valor, pois há nesse contexto a ação dos sujeitos, que, mobilizados pela consciência sustentável, são capazes de transcender a realidade organizacional, fazendo com que a sustentabilidade ocorra naturalmente no ambiente organizacional.

Organizações que se atentam para este olhar da Comunicação Sustentável como um processo e almejam a Sustentabilidade como um valor transcendem sua própria realidade, pois observam nos sujeitos o desejo espontâneo de que a sustentabilidade seja uma via para o desenvolvimento da organização. Quando os sujeitos se conscientizam a respeito da Comunicação Sustentável, nada mais é do que se conscientizarem a respeito da Sustentabilidade de uma maneira sutil e espontânea. É nesse sentido que Godemann e

Michelsen (2011) observam que essa prática deve ser observada na perspectiva dos seres humanos, ao assumirem suas responsabilidades consigo, com os outros e com a natureza.

Essa responsabilidade requer um processo social de entendimento mútuo para as causas do desenvolvimento e suas possíveis soluções. E esse processo, por sua vez, pode ser efetivado por meio da Comunicação Sustentável (Godemann & Michelsen, 2011).

Diante disso, evidencia-se no campo da sustentabilidade organizacional uma interessante seara de investigação dos processos comunicacionais e, nesse contexto, a Comunicação Sustentável pode ser entendida como um processo de intercâmbios de orientações comuns, em que consciências isoladas (antropologicamente) e os processos neurofisiológicos, cognitivos e emocionais são mutuamente observáveis pelo processo de exteriorizar o interior, ou seja, ter acesso a pensamentos, atitudes e emoções que *a priori* são elementos que, se não forem comunicados, sempre ficarão restritos ao interior do indivíduo (Godemann & Michelsen, 2011).

Isso significa que não há acesso direto aos pensamentos, atitudes e intenções do outro, e é por meio da comunicação que “o interior é exteriorizado”, por meio da interação um com o outro. Dessa forma nos tornamos criaturas sociais (Goldemann & Michelsen, 2011). Em decorrência disso, Ziemann (2007, citado por Goldemann & Michelsen, 2011) acredita que a comunicação é o princípio da própria organização da sociedade.

Sendo assim, para que a sustentabilidade se torne uma prática organizacional, é primordial compreender que os processos comunicacionais criam, desenvolvem e mantêm a identidade sustentável das organizações. Para as autoras, a essência da Comunicação Sustentável se concentra na interação do ser humana com o meio ambiente e a sociedade em que vive. (Godemann & Michelsen, 2011).

Com isso, fica evidente que, por meio dos processos de interação, a Comunicação Sustentável habilita os sujeitos à prática de Sustentabilidade nos contextos organizacionais,

pois proporciona a construção da consciência de cada um a respeito desse tema. Essa constatação revela que as pessoas devem ser vistas como atores sociais “(...) criadores e estimuladores dos diferentes processos de interação e de comunicação” (Bulgacov & Marchiori, 2010, p.152).

Completando esse raciocínio, Marchiori (2008), entende que “(...) as pessoas, ao agirem nas situações comunicativas, modificam o significado da ação, pois buscam um novo estado de negócio” (p. 188). As organizações e seus grupos de relacionamento podem ser entendidos como agentes de práticas discursivas responsáveis pelos sentidos atribuídos às ações comunicativas (Oliveira & Paula, 2008), que envolvem o social, cultural, humano, organizacional e ecológico (Baldissera, 2009).

Assim, perceber a comunicação como interação implica observar os processos e as práticas sociais, buscando identificar e compreender como se dá a produção de sentido (e os significados consequentes) nos processos interativo-interlocutivos das relações do cotidiano organizacional (Reis, Marchiori, & Casali, 2010).

Desse modo, compreender a Comunicação Sustentável como um processo no contexto organizacional implica estudar as interações, que naturalmente articulam os atores sociais na criação e na prática dos diferentes processos estratégicos que envolvem os contextos sócio-históricos organizacionais. As dinâmicas sociais explicam a mutualidade e o imbricamento entre comunicação e sustentabilidade.

Portanto, a Comunicação Sustentável requer do homem assumir a sua responsabilidade, rever e reconstruir os relacionamentos com os outros e com o mundo natural de maneira interacional. Desse modo, Godemann e Michelsen (2011) argumentam que a tarefa da Comunicação Sustentável é introduzir um entendimento de mundo entre os seres humanos e o meio ambiente, de modo a produzir discursos sociais, o desenvolvimento de críticas e

respostas aos problemas de relacionamentos, valores e normas sociais, oferecendo uma gama de entendimentos sobre os atores e os sistemas sociais.

Por fim, pode-se dizer que, das discussões apresentadas, emergem aproximações possíveis da Sustentabilidade com a Comunicação Sustentável pelos processos de interação constituídos pelas pessoas, o que torna esse ambiente natural e social, onde sujeitos coexistem no mundo da sociedade sustentável.

Considerações Finais

Estudar a Sustentabilidade é uma proposta desafiadora diante da complexidade que envolve as discussões sobre esse campo e conseqüentemente diante dos movimentos transitórios que a sociedade vivencia. Pensar a sustentabilidade como uma realidade tangível é, portanto, um desafio, e por conta disso demanda maiores discussões, especialmente a respeito dos meios para que de fato aconteça.

O entendimento da Comunicação Sustentável como um meio para que a sustentabilidade aconteça se configura como uma perspectiva inovadora, especialmente por envolver os seres humanos nessa realidade. Essa prerrogativa coloca em evidência a dependência das atitudes dos sujeitos para que as discussões sobre sustentabilidade transcendam os discursos organizacionais e se tornem práticas capazes de serem vivenciadas pelas pessoas.

As ações dos sujeitos movimentam esse contexto. Para isso, precisam estar conscientes sobre suas atitudes e sobre as preposições que envolvem essas questões. A Comunicação Sustentável, que se revela por meio dos processos interacionais que promove, se manifesta em busca por promover a conscientização e habilitação dos sujeitos para práticas sustentáveis.

Assim, parte-se do pressuposto de que os sujeitos estarão habilitados à prática da Sustentabilidade a partir do momento que sentirem e produzirem significados e sentidos a

respeito desse assunto. Esse processo se dá por meio das interações realizadas nos espaços organizacionais, inspiradas pela Gestão da Comunicação de Responsabilidade Social, que a autora Paola Lattuada (2011) conceitua como Comunicação Sustentável, responsável por articular os indivíduos coletivamente por meio da interação social para que reflitam e produzam significados a respeito da sustentabilidade e coloquem em prática as ações de desenvolvimento sustentável.

Referências

- Alvarenga, G. M. (2008). A aprendizagem organizacional: a busca da compreensão. In M. Marchiori (Org.). *Faces da cultura e da comunicação organizacional* (pp. 249-267). São Caetano do Sul: Editora Difusão.
- Baldissera, R. (2009). A comunicação (re)tecendo a cultura da sustentabilidade em sociedades complexas. In M. M. K. Kunsch, & I. L. de Oliveira (Org.). *A comunicação na gestão da sustentabilidade das organizações* (pp. 35-55). São Caetano do Sul, SP: Difusão Editora.
- Banerjee, S. B. (2003). Who sustains whose development? Sustainable development and the reinvention of nature. *Organization Studies*, 24(1), 143-180.
- Barbosa, M. P. (2013). Comunicação como ferramenta de prevenção e controle em situações de risco. *Anais do 2 Encontro Interdisciplinar de Comunicação Ambiental [EICA]*, Universidade Federal de Sergipe [UFS], Brasil.
- Baroni, M. (1992). Ambiguidades e deficiências do conceito de desenvolvimento sustentável. *Revista de Administração de Empresas*, 2(32), 14-24.

- Barkemeyer, R., Holt, D., Preuss, L., & Tsang, S. (2011). What happened to the ‘development’ in sustainable development? Business guidelines two decades after Brundtland. *Sustainable Development*, 21(1), 15-32.
- Boszczowski, A. C. (2010). *O engajamento de stakeholders como elemento chave para estratégia de sustentabilidade corporativa*. Dissertação de Mestrado, Universidade Federal do Paraná, Curitiba.
- Bulgacov, S., & Marchiori, M. R. (2010). Estratégia como prática: a construção de uma realidade social em processos de interação organizacional. In M. Marchiori (Org.). *Comunicação e organização: Reflexões, processos e práticas* (pp. 149-166). São Paulo: Difusão.
- Capra, F. (2002). *As conexões ocultas: ciência para uma vida sustentável*. São Paulo: Editora Cultrix.
- Carrieri, A. P. (2002). A cultura no contexto dos estudos organizacionais: Breve estado da arte. *Revista Organizações Rurais e Agroindustriais*, 4(1).
- Cheng, C. Y., Fet, A. M., & Holmen, E. (2010). Using a hexagonal balanced scorecard approach to integrate corporate sustainability into strategy. *Anais do 16 International Sustainable Development Research Conference*, Hong Kong.
- Claro, P. O., Claro, D. P., & Amancio, R. (2008). Entendendo o conceito de sustentabilidade nas organizações. *Revista de Administração - RAUSP*, 43(4), 289-300.
- Daft, R. L. (2008). *Organizações: teorias e projetos*. São Paulo: Cengage Learning.
- Diegues, A. C. S. (1992). Desenvolvimento Sustentável ou Sociedades Sustentáveis: Da crítica dos modelos aos novos paradigmas. *São Paulo em Perspectiva*, 6(1-2), 22-29.

- Glasser, H. (2007). Minding the gap: the role of social learning in linking our stated desire for a more sustainable world to our everyday actions and policies. In A. E. J. Wals (Ed.). *Social learning towards a sustainable world: Principles, perspectives, and praxis* (pp. 35-61). Wageningen: Wageningen Academic.
- Godemann, J., & Michelsen, G. (Ed.). (2011). *Sustainability Communication: Interdisciplinary perspectives and theoretical foundations*. New York: Springer.
- Gomes, I. (2004). Sustentabilidade Social e ambiental na agricultura familiar. *Biologia e Ciência da Terra*, 5 (1), p 1-17.
- Lattuada, P. (2011). Comunicación sustentable: La posibilidad de construir sentido com otros. *Centro de Estudios em Diseñoy Comunicación*, 35, 135-141.
- Linnenluecke, M. K., & Griffiths, A. (2010). Corporate sustainability and organizational culture. *Journal of World Business*, 45, 357–366.
- Marchiori, M. (2010). Os desafios da comunicação interna nas organizações. *Conexão, Comunicação e Cultura*, 9(17), 145-159.
- Marchiori, M. (2008). *Cultura e Comunicação Organizacional: um olhar estratégico sobre a organização*. São Caetano: Editora Difusora.
- Morin, E. (2006). *Introdução ao pensamento complexo*. Porto Alegre: Sulina.
- Oliveira, I. de L., & Paula, C. F. C. (2008). Comunicação no contexto das organizações: produtora ou ordenadora de sentidos. In I. de L. Oliveira, & A. T. N. Soares (Orgs.). *Interfaces e tendências da comunicação no contexto das organizações* (pp. 91-108). São Caetano do Sul: Difusão.

- Osorio, L. A. R., Lobato, M. O., & Castillo, X. A. (2005). Debates on sustainable development: Towards a holistic view of reality. *Environment, Development and Sustainability*, 7, 501-518.
- Redclif, M. R. (2006). Sustainable development (1987-2005) – an oxymoron comes of age. *Horizontes Antropológicos*, 12(25), 65-84.
- Reis, M. C., Marchiori, M., & Casali, A. M. (2008). A relação comunicação-estratégia no contexto das práticas organizacionais. In M. Marchiori (Org.). *Cultura e comunicação organizacional: um olhar estratégico sobre as organizações* (pp. 167-187). (2a. ed.). São Caetano do Sul: Difusão.
- Santos, B. S. (2002). *A crítica da razão indolente: Contra o desperdício da experiência*. São Paulo: Cortez.
- Smircich, L. (1983). Concepts of culture and organizational analysis. *Administrative Science Quarterly*, 28(3), 339-358.
- Soares, A. T. N. (2009). Comunicação e sustentabilidade na construção de uma nova visão de mundo. In M. M. K. Kunsch, & I. L. Oliveira (Org.). *A comunicação na gestão da sustentabilidade das organizações* (pp. 21-32). São Caetano do Sul, SP: Difusão Editora.
- Souza, R.B. (2010). *O alinhamento entre sustentabilidade e competências em contexto organizacional*. Dissertação de Mestrado, Universidade Estadual de Maringá (UEM) / Universidade Estadual de Londrina (UEL), Londrina.
- Sterling, S. (2004). Higher education, sustainability, and the role of systemic learning. In P. B. Corcoran, & A. E. J. Wals (Orgs.). *Higher education and the challenge of*

sustainability: Problematics, promise, and practice (pp. 47-70). Dordrecht: Kluwer Academic.

Uehara, T. H. K., Otero, G. G. P., Martins, E. G. A., Philippi Jr., A., & Mantovani, W. (2010). Pesquisas em gestão ambiental: Análise de sua evolução na Universidade de São Paulo. *Ambiente & Sociedade*, 13(1), 165-185.

Van Marrewijk, M., & Werre, M. (2003). Concepts and definitions of CSR and Corporate Sustainability: Between agency and communion. *Journal of Business Ethics*, 44(2-3), 95-105.

Veiga, J. E. Da. (2010). *Sustentabilidade: A legitimação de um novo valor*. São Paulo: Editora Senac.

Wenger, E. (1998). *Communities of practice: Learning, meaning, and identity*. New York: Cambridge University Press.

World Commission on Environment and Development. (1987). *Our Common Future*. Oxford: Oxford University Press.