UNIVERSIDADE BRASIL

PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS AMBIENTAIS

CAMPUS FERNANDÓPOLIS

ADRIANO GONZALES PELLIM

COMUNICAÇÃO E EDUCAÇÃO AMBIENTAL: PROJETO-PILOTO DE INFORMATIVO DIGITAL PARA ALUNOS E COLABORADORES DA UNIVERSIDADE BRASIL – CAMPUS FERNANDÓPOLIS

ENVIRONMENTAL COMMUNICATION AND EDUCATION: A PILOT PROJECT OF A DIGITAL NEWSLETTER FOR STUDENTS AND STAFF AT UNIVERSIDADE BRASIL – FERNANDÓPOLIS CAMPUS

Fernandópolis, SP

2025

PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS AMBIENTAIS

ADRIANO GONZALES PELLIM

COMUNICAÇÃO E EDUCAÇÃO AMBIENTAL: PROJETO-PILOTO DE INFORMATIVO DIGITAL PARA ALUNOS E COLABORADORES DA UNIVERSIDADE BRASIL – CAMPUS FERNANDÓPOLIS

Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Ciências Ambientais da Universidade Brasil, como parte dos requisitos necessários para obtenção do título de Mestre em Ciências Ambientais.

Prof. Dr. João Adalberto Campato Júnior
Orientador

Fernandópolis, SP
2025

Ficha catalográfica elaborada pelo Sistema de Bibliotecas da Universidade Brasil, com os dados fornecidos pelo (a) autor (a).

P445c Pellim, Adriano Gonzales.
Comunicação e educação ambiental: projeto-piloto de informativo digital para alunos e colaboradores da Universidade Brasil – campus Fernandópolis. / Adriano Gonzales Pellim. Fernandópolis, SP: Universidade Brasil, 2025

80 f. il. color.

Dissertação de Mestrado defendida no Programa de Pós-graduação em Ciências Ambientais da Universidade Brasil.

Orientação: Prof. Dr. João Adalberto Campato Junior.

1. Comunicação ambiental.2. Educação ambiental crítica. 3. Jornal digital. 4. Universidade Brasil. 5. Sustentabilidade. I. Pellim, Adriano Gonzales. II. Título.

UNIVERSIDADE BRASIL

TERMO DE APROVAÇÃO

ADRIANO GONZALES PELLIM

"COMUNICAÇÃO E EDUCAÇÃO AMBIENTAL: PROJETO-PILOTO DE INFORMAÇÃO DIGITAL PARA ALUNOS E COLABORADORES DA UNIVERSIDADE BRASIL – CAMPUS FERNANDÓPOLIS."

Dissertação aprovada como requisito parcial para obtenção do título de Mestrado em Programa de Pós-Graduação em Ciências Ambientais da Universidade Brasil, pela seguinte banca examinadora:

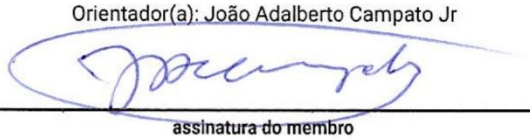
Membros da banca:

Orientador(a): João Adalberto Campato Jr

Membro interno: Luiz Sérgio Vanzela

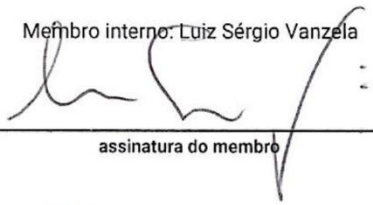
Membro externo: Luis Carlos Alves de Melo

Orientador(a): João Adalberto Campato Jr



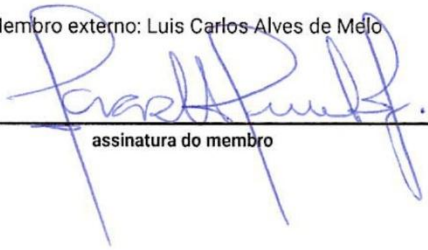
assinatura do membro

Membro interno: Luiz Sérgio Vanzela



assinatura do membro

Membro externo: Luis Carlos Alves de Melo



assinatura do membro

Houve alteração do título da dissertação?

☐ Sim

☒ Não

Fernandópolis, 19 de dezembro de 2025.

Presidente da Banca: João Adalberto Campato Jr

UNIVERSIDADE BRASIL

TERMO DE AUTORIZAÇÃO

Para Publicação de Dissertações e Teses no Formato Eletrônico na Página WWW do Respectivo Programa da Universidade Brasil e no Banco de Teses da CAPES

Na qualidade de titular(es) dos direitos de autor da publicação, e de acordo com a Portaria CAPES no. 13, de 15 de fevereiro de 2006, autorizo(amos) a Universidade Brasil a disponibilizar através do site http://www.universidadebrasil.edu.br, na página do respectivo Programa de Pós-Graduação Stricto Sensu, bem como no Banco de Dissertações e Teses da CAPES, através do site http://bancodeteses.capes.gov.br, a versão digital do texto integral da Dissertação/Tese abaixo citada, para fins de leitura, impressão e/ou download, a título de divulgação da produção científica brasileira.

A utilização do conteúdo deste texto, exclusivamente para fins acadêmicos e científicos, fica condicionada à citação da fonte.

INTITULADO: **COMUNICAÇÃO E EDUCAÇÃO AMBIENTAL: PROJETO-PILOTO DE INFORMAÇÃO DIGITAL PARA ALUNOS E COLABORADORES DA UNIVERSIDADE BRASIL – CAMPUS FERNANDÓPOLIS.**

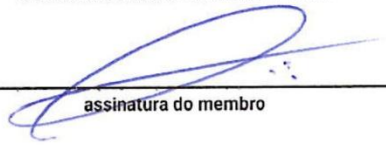
Houve alteração do título da dissertação?

☐ Sim

☒ Não

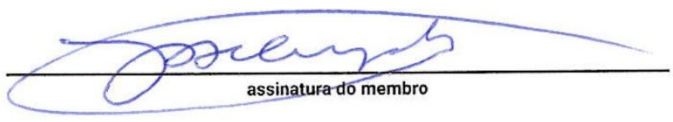
Autores

Discente: Adriano Gonzales Pellim



assinatura do membro

Orientador(a): João Adalberto Campato Jr



assinatura do membro

Coorientador:

assinatura do membro

Fernandópolis, 19 de dezembro de 2025.

DEDICATÓRIA

Dedico esta conquista à minha família, que é meu chão, minha história e meu lar. À minha mãe, Helena, por todo o zelo, carinho e cuidado com que me acompanhou ao longo da vida. Nossa relação nunca foi fácil — crescemos e aprendemos muito juntos — mas hoje, olho para nós com orgulho do que nos tornamos.

Às minhas irmãs, Elaine e Ariane, que foram mais do que irmãs — foram minhas segundas mães. Com carinho, proteção e apoio, estiveram sempre comigo em cada etapa dessa jornada. Eu segui os passos que vocês começaram. A vocês, minha eterna gratidão por cuidarem de mim quando eu ainda não sabia cuidar de mim mesmo.

Ao meu sobrinho, Arthur, que é luz e esperança em forma de gente. Você nos ensinou que podemos ser o que quisermos, independente do que nos aconteça. Te amo Cabeção.

Aos meus cunhados, pelo respeito, e por fazerem parte dessa família com tanto zelo e presença.

E ao meu pai, Antonio — o nosso Coquinho —, dedico não apenas este trabalho, mas tudo de mais bonito que carrego dentro de mim. Você foi, é e sempre será meu maior exemplo, meu incentivador número um, meu porto seguro. Sua forma de amar me moldou, suas palavras ainda ecoam em mim, e sua ausência, embora imensa, nunca foi capaz de apagar a presença viva que você deixou no meu coração. Este sonho realizado também é seu. Obrigado por tudo, pai. Eu te amo para sempre.

AGRADECIMENTOS

A palavra **"agradecer"** expressa o ato de reconhecer algo recebido com gratidão. Originada do latim *gratia* ("graça" ou "favor") e *gratiare* ("dar graças"), carrega o sentido de retribuição e o desejo sincero de que as graças recebidas recaiam também sobre o outro.

Agradeço a Deus, o Grande Arquiteto do Universo, pela vida e pela permissão de seguir em busca da perfeição. Ao Prof. João Adalberto Campato Júnior, que aceitou a orientação nesta fase final, dedicando atenção e conhecimento essenciais à dissertação. À coordenação do Programa de Pós-Graduação em Ciências Ambientais da Universidade Brasil, na figura do Prof. Dr. Luiz Sérgio Vanzela, e a todos os docentes, que passei a admirar ainda mais como aluno.

Aos colegas do programa, a inesquecível "6ª série", que tornaram a jornada mais leve. Aos meus colegas de trabalho e gestores, pelo suporte, compreensão e incentivo que permitiram minha dedicação aos estudos. À Universidade Brasil, pela oportunidade e pela bolsa de estudos que possibilitou conciliar a vida acadêmica e profissional. Aos amigos, presentes em todos os momentos e com quem agora celebro. Agradeço a todos que ajudaram a construir cada degrau desta jornada acadêmica.

Muito obrigado!

EPÍGRAFE

“Não é o que acontece com você, mas como você reage que importa.”
Epicteto

“A felicidade da sua vida depende da qualidade dos seus pensamentos.”
Marco Aurélio

“O obstáculo é o caminho.”
Sêneca

“Concentre-se no que pode controlar, aceite o que não pode.”
Epicteto

“Mentalidade é o que separa os melhores do resto.”
Kobe Bryant

“A vida não é curta. Nós é que a desperdiçamos.”
Sêneca

“É preciso aceitar não ser o melhor, mas nunca aceitar não ser o melhor que você pode ser.”
Cristiano Ronaldo

RESUMO

Este trabalho apresenta o desenvolvimento de um informativo digital ambiental, denominado Vida Verde, destinado à comunidade acadêmica da Universidade Brasil – Campus Fernandópolis. O objetivo central foi propor uma ferramenta de comunicação institucional voltada à promoção da educação ambiental crítica e participativa, em consonância com os princípios da sustentabilidade e da responsabilidade socioambiental. A metodologia adotada foi a pesquisa qualitativa, com revisão bibliográfica sobre educação ambiental, comunicação de interesse público e jornalismo ambiental, complementada pela criação prática de um protótipo gráfico do informativo. O produto, estruturado como um jornal digital de periodicidade trimestral, reúne seções fixas como editorial, entrevistas, reportagens, colunas de opinião e dicas sustentáveis, buscando a integração entre conteúdo acessível, linguagem formal simples e identidade visual institucional. O nome Vida Verde foi escolhido por dialogar com o periódico institucional Vida e por seu apelo sonoro, simbólico e estilístico. O projeto prevê potencial de replicação em outras instituições e contempla estratégias de marketing e sustentabilidade financeira, incluindo parcerias e publicidade ética. O informativo configura-se, assim, como um instrumento de sensibilização e formação cidadã, contribuindo para o fortalecimento de uma cultura ambiental crítica no ambiente universitário.

Palavras-chave: comunicação ambiental, educação ambiental crítica, jornal digital, Universidade Brasil, sustentabilidade.

ABSTRACT

This work presents the development of a digital environmental newsletter entitled *Vida Verde*, aimed at the academic community of Universidade Brasil – Fernandópolis Campus. The main objective was to propose an institutional communication tool focused on promoting critical and participatory environmental education, aligned with the principles of sustainability and socio-environmental responsibility. The methodology adopted was qualitative research, including a bibliographic review on environmental education, public interest communication, and environmental journalism, complemented by the practical creation of a graphic prototype of the newsletter. Structured as a quarterly digital newspaper, the publication includes fixed sections such as editorial, interviews, reports, opinion columns, and sustainable tips, integrating accessible content, clear formal language, and institutional visual identity. The name *Vida Verde* was chosen for its connection with the institutional publication *Vida* and its symbolic, stylistic, and phonetic appeal. The project foresees the potential for replication in other institutions and includes marketing and financial sustainability strategies, such as partnerships and ethical advertising. The newsletter is thus established as a tool for awareness and civic formation, contributing to the strengthening of a critical environmental culture within the university environment.

Keywords: environmental communication, critical environmental education, digital newspaper, Universidade Brasil, sustainability.

DIVULGAÇÃO E TRANSFERÊNCIA DE CONHECIMENTO

Esta pesquisa desenvolveu um modelo de informativo digital de temática ambiental, com o título de Vida Verde, tendo como público-alvo a comunidade acadêmica (estudantes, professores, funcionários e pesquisadores) da Universidade Brasil – *Campus* Fernandópolis. O informativo é um meio de comunicação que promove a educação ambiental crítica preocupada com a responsabilidade socioambiental e as questões políticas. Sugeriu-se que o informativo publique um número a cada três meses, mantendo algumas seções fixas como editorial, entrevistas, reportagens, entre outras. A linguagem do informativo é formal, mas simples, valendo-se tanto de palavras quanto de imagens. O informativo mostra-se como um meio de sensibilização dos cidadãos, cultivando uma cultura ambiental crítica no espaço universitário.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Esquema da comunicação verbal segundo Jakobson 21
Figura 2: Modelo Interativo de Comunicação 27
Figura 3: Modelo de comunicação transacional 28
Figura 4: Capa das revistas periódicas dos programas de pós-graduação da Universidade Brasil 48
Figura 5: Cores principais utilizadas no informativo 53
Figura 6: Tipografia utilizada 54
Figura 7: Exemplo simulado de layout do informativo 58
Figura 8: Cartaz com QR Code de divulgação do Vida Verde 63
Figura 9: Publicação nas redes sociais da UB 64
Figura 10: Capa da edição piloto do informativo digital Vida Verde 68
Figura 11: Página 2 com reportagem e elementos gráficos da edição piloto do informativo Vida Verde 69
Figura 12: Página 3 com reportagem e elementos gráficos da edição piloto do informativo Vida Verde 70
Figura 13: Página 4 com entrevista, fotos e elementos gráficos da edição piloto do informativo Vida Verde 71
Figura 14: Página 5 com notícias, indicações de leitura, agenda e expediente da edição piloto do informativo Vida Verde 72

LISTA DE TABELAS

Tabela 1: Dicas para a comunicação ambiental 33
Tabela 2: Armadilhas da comunicação ambiental 34
Tabela 3: Quadro sinótico opondo a educação ambiental conservadora à educação ambiental crítica 38

LISTA DE ABREVIATURAS, SIGLAS E SÍMBOLOS

IBAMA	Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis
IDAUB	Informativo Digital Ambiental da Universidade Brasil
IES	Instituição de Ensino de Superior
MEC	Ministério da Educação e Cultura
ODS	Objetivos de Desenvolvimento Sustentável
PDF	*Portable Document Format*
RGB	*Red, Green and Blue*
UB	Universidade Brasil
QR Code	Quick Response Code

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO 16

2. OBJETIVOS 18

2.1 Objetivos específicos 18

3. REFERENCIAIS TEÓRICOS 19

3.1 Fundamentação teórica 19

3.2 A comunicação 19

3.3 A comunicação ambiental 30

3.4 A educação ambiental 35

4. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS 44

5. RESULTADOS E DISCUSSÕES 47

5.1 Caracterização do informativo 47

5.2 Política editorial 49

5.3 Identidade visual 52

5.4 Temáticas e seções 56

5.5 Periodicidade 59

5.6 Colaboradores e funções 59

5.7 Procedimentos contra *fake news* 60

5.8 Sustentabilidade financeira e exequibilidade operacional 62

5.9 Canais de divulgação 63

5.10 Políticas de desenvolvimento e sustentabilidade 65

5.11 Canais com a comunidade acadêmica 66

5.12 Edição piloto do informativo Vida Verde 67

6. CONCLUSÃO 74

REFERÊNCIAS 76

1. INTRODUÇÃO

A crise ambiental contemporânea constitui um reflexo da relação histórica e predominantemente conflituosa entre sociedade e natureza. Diante do agravamento paulatino dos problemas socioambientais a partir da Revolução Industrial, do Capitalismo, da Revolução Tecnológica e da Globalização, torna-se imprescindíveis o fortalecimento e a divulgação de práticas comunicacionais e educativas que promovam a conscientização, a politização cidadã e a transformação crítica de comportamentos relativos ao meio ambiente e à sustentabilidade (Loureiro, 2004)

Nesse contexto, a educação ambiental tem se consolidado como ferramenta essencial para a formação de cidadãos críticos e emancipados, capazes de intervir de forma ética e sustentável na realidade socioambiental (Jacobi, 2003). A comunicação ambiental, por sua vez, configura-se como um meio estratégico para disseminar informações relevantes sobre questões ecológicas, engajar diferentes públicos e estimular a participação social em prol da sustentabilidade (Bueno, 2007). Aliada à educação ambiental, a comunicação potencializa a construção de conhecimentos, atitudes e valores, pondo em prática ações que favorecem a conservação e a preservação ambiental e o exercício pleno da cidadania.

O tema geral desta pesquisa vincula-se à concepção teórica e à elaboração prática de um piloto de um Informativo digital sobre temática ambiental a ser implantando na Universidade Brasil (UB), no *campus* da cidade paulista de Fernandópolis destinado à comunidade universitária, mas sem descartar que o informativo possa, no futuro e com apoio institucional, atingir um público maior, favorecendo diversos graus de letramento ambiental.

A pesquisa que originou a presente dissertação justifica-se por vários aspectos. A promoção da educação ambiental por canais digitais, como um informativo, representa uma oportunidade de engajar os universitários propensos a intensificar o uso das tecnologias da informação e da comunicação em favor do ambiente. Para além disso, observa-se o caráter relativamente inédito de uma investigação cujo objetivo é criar, em nível prototípico, um informativo digital a serviço da educação ambiental de uma instituição universitária privada.

O caráter social que a pesquisa encerra também constitui uma justificativa a ser mencionada. Tendo em linha de conta que o público universitário é um formador de opinião, a temática que há de ser debatida por ele terá chance de ser replicada

atingindo não apenas a comunidade acadêmica como um todo, mas espaços além dos muros universitários, formando um maior número de pessoas conscientes das questões ambientais de urgente trato.

Particularmente, em nossos dias, pretende-se que o Informativo desempenhe, a um só tempo, didática e incansável atuação contra as *fake news* e o regime da pós-verdade, os quais atuam perigosamente no âmbito das questões ambientais, espalhando o senso comum e um conhecimento voluntariamente não científico, tomado por um viés ideológico e chegando a provocar, por infelicidade, não poucas mortes de seres humanos.

No mais e o que se mostra estratégico, a escolha por um informativo digital justifica-se, também, pela sua praticidade, baixo custo, alcance ampliado e facilidade de atualização, características que o tornam um instrumento muito eficaz de comunicação institucional e de educação não formal.

Vale situar, a esse propósito, que a liberação comercial da internet no Brasil, nos anos de 1990, e o *boom* virtual daí advindo provocaram uma revolução cultural sem precedentes, que atingiram em cheio a comunicação, potencializando-a sensivelmente (Martino, 2021). Nesse quadro, um informativo digital pode dar ensejo à fácil formação das chamadas “comunidades virtuais”, grupos que se reúnem remotamente para tratar de determinado tema, como, por exemplo, os impactos ambientais ou as mudanças climáticas pelas quais o planeta passa.

Espera-se que esta proposta contribua com vistas ao fortalecimento e a institucionalização da cultura ambiental no âmbito universitário, podendo servir de modelo e incentivo para outras instituições semelhantes interessadas em desenvolver ações semelhantes. Nesse particular, a generalização da presente pesquisa não é aquela estatística, típica das pesquisas quantitativas, mas as generalizações analíticas das pesquisas de enfoque qualitativo (Yin, 2016).

Isso posto, a presente dissertação propõe-se a refletir sobre os caminhos possíveis da integração entre comunicação ambiental e educação ambiental no ambiente acadêmico superior, com base em uma ação concreta, orientada por pressupostos teóricos, metodológicos e éticos, que dialogam da forma transparente com os princípios da sustentabilidade e da responsabilidade socioambiental.

2 OBJETIVOS

Conceber e desenvolver um projeto-piloto de informativo digital com foco temático em educação ambiental, voltado aos alunos e colaboradores da Universidade Brasil – *Campus* de Fernandópolis/SP -, visando à sensibilização, à conscientização e à formação de uma cultura ambiental propícia à conservação e preservação ambientais e à sustentabilidade.

2.1 Objetivos específicos**:**

- Analisar a importância da educação ambiental e da comunicação ambiental como instrumentos de transformação socioambiental, de emancipação do homem e de politização em ambientes institucionais, de preferência, acadêmicos de nível superior;
- Informar os alunos sobre conteúdos ambientais de maior relevância e visibilidade, reportando-os criticamente;
- Tratar as matérias ambientais com linguagem inclusiva e visual atrativo, promovendo o engajamento da comunidade acadêmica;
- Promover a construção de uma consciência ambiental crítica por parte dos leitores, incentivando a reflexão sobre os modelos de desenvolvimento e consumo que impactam o meio ambiente;
- Estimular a compreensão das relações geopolíticas e econômicas que influenciam os problemas ambientais globais, destacando o papel de Estados e corporações nas dinâmicas de exploração e degradação ambiental;
- Demonstrar ao público que a humanidade passa nos últimos tempos por problemas ambientais de teor gravíssimo, pondo em risco a continuidade da humanidade;
- Levar o leitor a ver a educação ambiental como um dos veículos mais capazes de oferecer instrumentos e estratégias com os quais os homens possam adquirir uma visão crítica do meio ambiente atuando no sentido de conservá-lo e torná-lo sustentável.

3. REFERENCIAIS TEÓRICOS

3.1 Fundamentação teórica

Em termos de revisão da literatura para fundamentação teórica da presente dissertação, inicia-se com uma reflexão panorâmica sobre a comunicação, e, em seguida, sobre a comunicação ambiental, que, conforme o entendimento geral, diz respeito às teorias, às questões ideológicas e aos instrumentos cuja função é veicular as mensagens ambientais para informar a população das propriedade físicas e humanas do meio ambiente, bem como para conscientizá-la com alguma urgência da crise ambiental que assola perigosamente o planeta.

Mais adiante, a matéria objeto de exame será a educação ambiental. Desde algum tempo, essa área de conhecimento é tida como absolutamente fundamental para a formação do homem moderno, que se vê diante de uma perturbação ambiental, evidenciada nele como uma crise de si próprio, do outro e de toda a realidade. A educação ambiental, sobretudo a de vertente crítica, desvela-se como uma alternativa viável para ocupar-se com semelhante ameaça, na medida em que ela avalia politicamente os impactos ambientais passados, presentes e futuros e prepara os homens para, emancipando-se, entender o cerne da questão ambiental e lutar contra ele.

3.2 A comunicação

Há muito tempo a comunicação foi considerada e resumida simplesmente como uma transmissão ou transferência de informação. Usando de uma metáfora para ilustrar tal processo simbólico, era como se se pudesse realizar um transplante mecânico de dados, de informação ou de conhecimento, isto é, “pegar” a informação do cérebro de uma pessoa e introduzi-la no cérebro de outro, o que poderia ser feito de forma simples e sem maiores problemas, num formato linear (invariavelmente no sentido do emissor para o receptor) e numa postura passiva de alguém que recebe a informação que já veio completamente moldada pelo emissor, e que não se transformou ao longo do caminho que leva do emissor e para o receptor e que envolve uma série de outros elementos. Trata-se essa concepção de comunicação do chamado modelo linear.

Todavia, conforme os estudos e as práticas sobre comunicação foram se desenvolvendo ao longo dos tempos tal ideia foi se alterando progressivamente a ponto de afirmar-se atualmente que a comunicação “jamais pode ser vista como transmissão, deslocamento, transferência” linear (Marcondes Filho, 2008, p.15). A comunicação é mais bem traduzida como processo ativo de interação humana (Fígaro, 2013, p.14).

Comunicação, portanto, torna-se um processo nitidamente mais complexo e cada vez mais dependente da multiplicidade das intenções, das relações, das subjetividades e das ideologias humanas, assim como dos aspectos múltiplos das circunstâncias sociais e histórias, dos contextos de produção e de recepção das mensagens que são comunicadas.

A comunicação humana ocorre com base num sujeito inserido na história, constituído pela relação que este mantém com outros seres humanos e outras contingências históricas. Na visão mais linear e tradicionalista da comunicação, esses seres inseridos num contexto particular eram considerados como se fossem entidades abstratas, que comunicavam automaticamente (Campato Jr., 2018). Vale dizer que o conceito de comunicação a ser usado nesta dissertação será o segundo, alvo de comentários mais desenvolvidos adiante.

Atentando para a etimologia de comunicação, Fiorin (2014, p.76) acentua o que segue:

> O termo comunicação vem do latim *communicatio*, que significa “colocação em comum”, “estabelecimento de relações com”, “convívio”, “ação de partilhar, de dividir”, “troca de mensagens”. De certa forma, a linguística contemporânea incorporou esses diferentes valores semânticos em suas definições de comunicação: ação que permite aos seres humanos estabelecerem relações, instituindo distinções e similaridades, acordos e desacordos, conflitos e colaboração. Comunicação é uma atividade característica dos indivíduos que vivem em sociedade; eles trocam mensagens (caráter intersubjetivo da comunicação), produzidas por um sistema de signos (uma língua natural, uma língua visual etc.), com diferentes finalidades (informar, persuadir, afirmar-se perante o grupo social, etc.).

Alguns estudiosos, como Marcondes Filho (2008, p.11-22), compartilham da opinião segundo a qual comunicação absoluta revela-se impossível, uma vez que não inexistiriam condições de repassar para alguém o que ocorre rigorosamente no interior das pessoas. De outro ângulo e pensando na Escola de Palo Alto, nos Estados Unidos, (Temer; Nery, 2009, p.61), afirma-se que o comportamento humano apresenta invariavelmente valor comunicacional. Duterme (2008, p.49) assevera que a situação

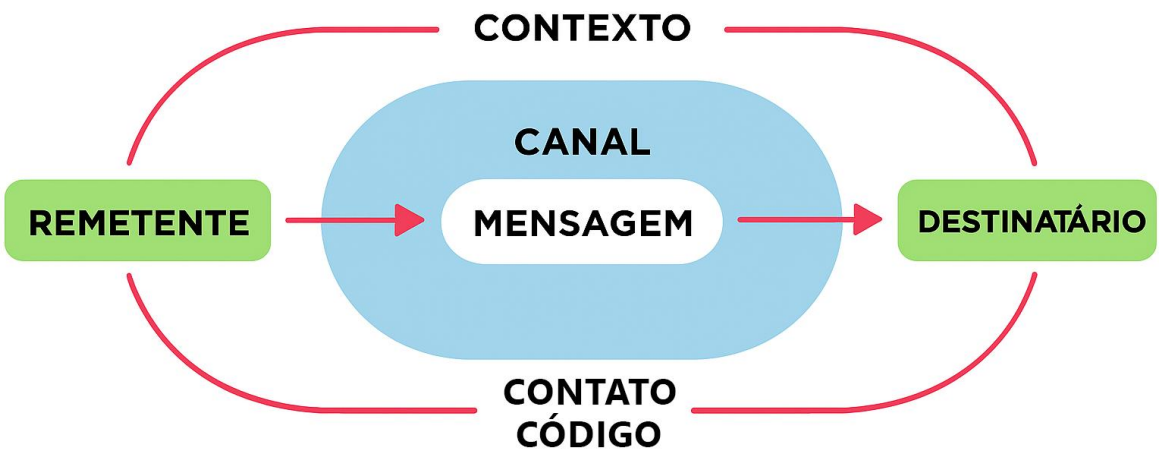
social composta de mais um indivíduo será comunicativa, “em face do qual se pode dizer, nomeadamente, que é impossível não comunicar”.

Se bem que criticando a visão linear da comunicação como um processo simplista e passivo de transmitir informação isoladamente, faz-se estratégico conhecer como tal comunicação concebia inicialmente o esquema de comunicar e quais os significados que seus componentes tinham.

Apesar de, repita-se, ser uma visão relativamente obsoleta e ultrapassada, ela permite conhecer como muitas pessoas – especialistas ou não – representavam e entendiam a comunicação. É preciso estar alerta ao fato de que, mesmo hoje, uma boa parcela de pessoas ainda aposta nessa visão antiga de comunicação, que ainda prossegue presente em livros, artigos e teses, sendo até os dias que correm, ensinadas em banco escolares, inclusive os universitários. Isso posto, veja-se abaixo a representação da comunicação humana em sua vertente tradicional.

Nos modelos lineares, a comunicação é chamada de linear porque ela ocorreria em processo de mão única, sendo a informação transmitida de maneira direta e objetiva de um emissor a um receptor (Wood, 2009). Entre os modelos lineares, podem ser citados o de Harold Laswell (1948), o Claude Shannon (1949) e o de Warren Weaver (1949). No entanto, o modelo tradicional que ficou mais conhecido – entre outras coisas, pela teoria das funções da linguagem -, e que influenciou fortemente os estudos de comunicação daquela época em diante foi o do linguista russo Roman Jakbson (1896-1982), cujo gráfico apresenta-se abaixo:

Figura 1 – Esquema da comunicação verbal segundo Jakobson



Fonte: Jakobson (1975, p.123)

Esse modelo retrata a visão linear, simples e mecanicista de comunicação. Para ele, a comunicação consiste em algo que ocorre de forme ideal, unidirecional em que determinada mensagem parte do emissor ao receptor, que funcionam como papeis sociais estanques, que não se modificam nem se problematizam ao longo do processo de comunicação, ou sejam, são fixos.

A tarefa do emissor é enviar uma mensagem ao destinatário ou receptor, cuja função é interpretá-la. O emissor pode ser uma única pessoa, várias delas ou uma instituição, uma organização ou uma corporação. O receptor, por sua vez, pode ser uma pessoa ou um grupo de pessoas personalizadas ou não, reunidas em grupos homogêneos ou heterogêneos, o que pode significar uma complicação no processo de comunicação.

Por contato, Jakobson entende tanto um canal físico e um contato psicológico. A via de circulação das mensagens é chamada de canal. Isso quer dizer que canal, deste ângulo, é o suporte material da mensagem, dando-lhe uma existência física. Canal, igualmente, pode ser definido como “meio pelo qual é transmitida a mensagem” (Martelotta, 2009, p.33). Por exemplo, o canal desta dissertação pode ser a tela de um computador ou a folha de papel, caso tenha sido ou não impresso pelos membros da banca examinadora. Quando um professor ministra uma aula expositiva, o canal é o ar, pois por meio dele é que as ondas sonoras da fala do mestre se propagam, chegando até os alunos receptores.

Além do canal físico, Roman Jakobson considera essencial, no processo comunicativo, a presença de uma conexão psicológica entre emissor e receptor, denominada contato. Essa ligação subjetiva é fundamental para assegurar que a mensagem seja recebida e compreendida. Por essa razão, cabe ao emissor manter-se atento a possíveis sinais de dispersão, recorrendo a estratégias para restabelecer ou reforçar esse vínculo. Entre os recursos utilizados, destacam-se a mudança no registro linguístico, a inserção de elementos de humor, a interação direta com o público ou até mesmo a redução no tempo de exposição. Tais expedientes visam manter a atenção do receptor e garantir a efetividade do processo comunicacional.

A mensagem, no modelo de comunicação proposto por Roman Jakobson, corresponde ao conteúdo transmitido do emissor ao receptor. No contexto desta dissertação de mestrado, a mensagem abrange todo o seu conteúdo, desde a capa até o último título listado nas referências. O contexto refere-se ao assunto tratado na comunicação. Aplicando-se à presente dissertação, o referente diz respeito à

elaboração de um informativo ambiental digital voltado à comunidade acadêmica de uma universidade. Em síntese, para Jakobson, o referente representa o tema ou o objeto central da comunicação.

O código refere-se a um conjunto de signos submetidos a regras de combinação (Vanoye, 2007). Um exemplo de código pode ser o do semáforo. As luzes são sinais que representam informações das quais dependem a ação dos motoristas e dos pedestres no contexto do trânsito. Quem conhece o processo de comunicação de um semáforo sabe o que significam as cores (que funcionam como signos) e em que ordem elas aparecem (as regras de combinação). O código desta dissertação é o verbal ou o linguístico, uma vez que este texto é composto de palavras; no caso, na modalidade escrita. Uma tela de pintura como a *Monalisa,* por exemplo, é composta pelo código visual (imagens). Há comunicações que podem se valer de vários códigos a fim de aumentar seu potencial comunicativo. Os filmes de cinema ou as mensagens da internet se valem frequentemente destas estratégias, combinando palavras, gestos, danças, imagens, cores, músicas, entre outras linguagens possíveis.

Ainda no âmbito dos modelos lineares e unilaterais da comunicação, é relevante destacar um conceito amplamente operacionalizado na teoria da comunicação: o ruído. Introduzido no modelo de Harold Lasswell e refinado nos estudos de Claude Shannon e Warren Weaver (Wood, 2009), o ruído representa qualquer interferência que comprometa a eficácia da transmissão e da recepção da mensagem.

Em termos práticos, ruído é todo elemento que distorce, dificulta ou interrompe o fluxo comunicacional entre emissor e receptor. Isso pode incluir desde fatores técnicos, como interferência climática no sinal de satélite, até aspectos físicos, como a utilização de letras excessivamente pequenas em um texto ou falhas de pronúncia em interações verbais, formais ou informais. Ruídos podem ser também simbólicos e ideológicos, como no caso de interesses econômicos ou político-midiáticos que impedem a divulgação fiel das causas de determinados problemas ambientais. Esses obstáculos não apenas afetam a clareza da mensagem, mas comprometem diretamente a função informativa e formativa da comunicação.

Nessa mesma linha, ter dificuldade de entender os aspectos físicos, sociais, econômicos, culturais e históricos como causas de determinados impactos ambientais entra no rol dos ruídos na comunicação já que existe perda ou total colapso na compreensão por parte do receptor.

O excesso de jargão técnico de agrônomos que não são compreendidos pelo agricultor; a dificuldade de interpretação da bula de agrotóxicos pelo agricultor; a dificuldade de entendimento de alguns ícones dos rótulos de produtos veterinários ou afins são ruídos no contexto da comunicação ambiental e precisam ser alvo de uma força-tarefa que possa amenizar a gravidade da situação Bueno (2007). Os ruídos, portanto, são abrangentes, classificando-se entre físicos (fatores que interferem fisicamente na transmissão/recepção da mensagem), psicológicos (ideias preconcebidas) e semânticos (significados que mal-entendidos) (Temer; Nery, 2009).

Ao comunicador cabe empregar a redundância com vistas a diminuir as ameaças dessas perturbações indesejáveis. A redundância consiste na “repetição que está presente na mensagem” (Temer; Nery, 2009, p.78). Por meio dessa repetição voluntária e planejada, ou seja, dessa atitude de reiterar da mesma ou de outras maneiras informações já passadas na mensagem, o orador torna mais claro e previsível o conteúdo de sua comunicação. As redundâncias apresentam-se de múltiplas formas: desde uma paráfrase, uma sinonímia, até ações que envolvem várias modalidades de linguagens e códigos. Por exemplo, ao escrever um livro para alunos do final do ensino fundamental e do ensino médio sobre impactos ambientais, é possível grafar com letras maiúsculas os vocábulos que são conceituados como impactos ambientais, chamando a atenção para eles e sua relevância. Além disso, assegurando que a atenção do aluno seja o máximo possível direcionada aos vocábulos referidos, pode-se sublinhá-los e até torná-los coloridos. Todos esses recursos são utilizados pelo comunicador para que não haja dúvida por parte dos receptores de que determinado aspecto da comunicação deve receber atenção diferenciada dos receptores a fim de que a comunicação se consume.

Já feedback ou retroalimentação caracteriza-se como a “informação que o emissor obtém da reação do receptor à sua mensagem e que serve para avaliar os resultados da transmissão” (Neiva, 2013, p.213). Com isso, torna-se possível ao emissor saber se a mensagem foi aprovada ou não pelo destinatário e se deve ou não alterar suas estratégias comunicativas. Se, por exemplo, determinado colunista de um jornal digital vem recebendo cada vez menos “*likes*” em relação aos textos que publica, cabe a ele rever a qualidade e o nível de interesses de seus textos, considerando o perfil do público para o qual ele é destinado. Tudo isso na tentativa de ter de volta sua aprovação positiva.

O paradigma de comunicação linear – do qual o de Roman Jakobson é um dos exemplos mais conhecidos – tem sido objeto de crítica pela sua feição simplista, alheia às esferas sociais, históricas e ideológicas da realidade, todas inseparáveis da comunicação (Campato Jr, 2018). Para além disso, nela está oculto o caráter de reciprocidade da comunicação humana. Reforça Barros (2008, p.43) que a comunicação linear, com seu fluxo unidirecional, distancia-se de uma concepção mais verdadeira de comunicação, aquela em que ela é entendida como sistema interacional, em que devem ser examinados os produtos da comunicação sobre o receptor, como os efeitos do receptor (ocupando, então, a função de emissor) operados sobre o emissor (já agora no papel de receptor). Em outras palavras, não existe um emissor e um receptor fixos e estáveis em suas posições. Na realidade da comunicação, tais papeis se alteram ao longo das conversas: todos são oradores e todos são receptores; por vezes, de forma simultânea.

Outra limitação significativa do esquema de comunicação linear, conforme aponta Barros (2008), está na sua incapacidade de considerar que os participantes da comunicação se transformam ao longo do processo interacional. Essa perspectiva desconsidera que, à medida que interagem, os sujeitos envolvidos reconfiguram suas percepções, emoções e expectativas, o que inevitavelmente altera o rumo e os resultados da própria comunicação.

Durante uma troca comunicativa, é comum que os interlocutores adquiram novas visões de mundo, reavaliem posições ou modifiquem seu estado emocional. Um diálogo iniciado de forma tranquila e organizada pode, com o tempo, tornar-se mais intenso, assumindo contornos de um debate acalorado. Nesse cenário, ocorrem frequentemente sobreposições de fala, com várias vozes se manifestando simultaneamente, ou interrupções nos turnos de fala, quando um participante impede o outro de concluir seu raciocínio. Essas dinâmicas evidenciam a complexidade dos processos comunicacionais e a limitação dos modelos que os apresentam como fluxos lineares e estáticos.

Barros (2008) também observa que a comunicação real é mais tensa e conflituosa do que o esquema gráfico unidirecional dá a entender. Modelos como o de Jakobson não sugerem a presença de controvérsias ou tensões, parecendo retratar uma situação ideal, em que o emissor, plenamente consciente do que quer dizer, transmite uma mensagem que o receptor compreende sem dificuldades. No entanto, a realidade comunicacional é marcada por falas simultâneas, interrupções, pausas,

hesitações e constantes reformulações. Esses elementos reforçam que a comunicação envolve negociações contínuas de sentido, e que emissores e receptores se modificam durante o processo.

É também de Barros a opinião segundo a qual a comunicação não apresenta forçosamente uma feição intimista, ocorrendo no espaço do eu e o do tu, no aqui e agora da conversação. A despeito de algumas comunicações aparentarem ser íntimas ou bem situadas, elas podem se irradiar diretamente ou indiretamente para muito além daquilo a que foram de início preparadas. Uma conversa de telefone entre políticos próximos envolvendo o plano de um possível ato criminoso de queimadas, se vazada e divulgada pela grande imprensa, pode chegar a milhões de receptores que fariam diferentes juízos de valores sobre o referente. Nessa ocasião, como o modelo de comunicação linear explicaria tal ocorrência?

Aproveitando o questionamento atrás apresentado, indaga-se, com Barros (2008), de que maneira o modelo linear de comunicação retrataria o fato de que uma mesma pessoa (emissor) veicula a mesma mensagem de formas diferenciadas dependendo das imagens feitas das pessoas com quem está à frente? O mesmo – de forma mais concreta – pode ser perguntado a respeito do receptor: a imagem que um professor constrói de um aluno o influencia na correção da prova desse mesmo aluno? O modelo linear também coloca de forma algo equivocada a ideia da possibilidade de uma comunicação perfeita.

> Outro problema é a crença de que a informação transmitida é a mesma recebida. Fiorin (2014, p.76) evidencia que o modelo tradicional não estabelece diferença entre comunicação recebida (a apreendida pelo receptor) e comunicação assumida (aquela que, além de ser apreendida, é absorvida, apropriada e adotada). Acrescenta o linguista que, pela teoria tradicional, o emissor semelha não estar sujeito a falhas e dúvidas, da mesma forma que o receptor parece sempre capaz de reconstruir perfeitamente os propósitos semânticos do emissor (Campato Jr., 2018, p.20)

Para comunicar não basta simplesmente que um emissor destine uma mensagem a um receptor. Outros modelos foram propostos com vistas a tentar retratar com mais precisão o caráter complexo e dinâmico do que ocorre quando se comunica. Dois desses esquemas são os interativos e os transacionais, que justamente mostram a comunicação como um fluxo que não segue apenas uma direção, de um emissor e a um receptor, que acabam se modificando no curso do processo (Wood, 2009).

Eis um exemplo de modelo interativo[1]:

Figura 2: Modelo Interativo de Comunicação

Fonte: Pumble.com

Na comunicação abordada como processo interativo, o fluxo de informação é bidirecional, dialógico, sequencial, circulando dinamicamente entre emissor e receptor, que apresentam suas funções variáveis: o emissor transforma-se em receptor e vice-versa. Em função dessa bidirecionalidade, emissor e receptor poderiam ser chamados simplesmente de interlocutores.

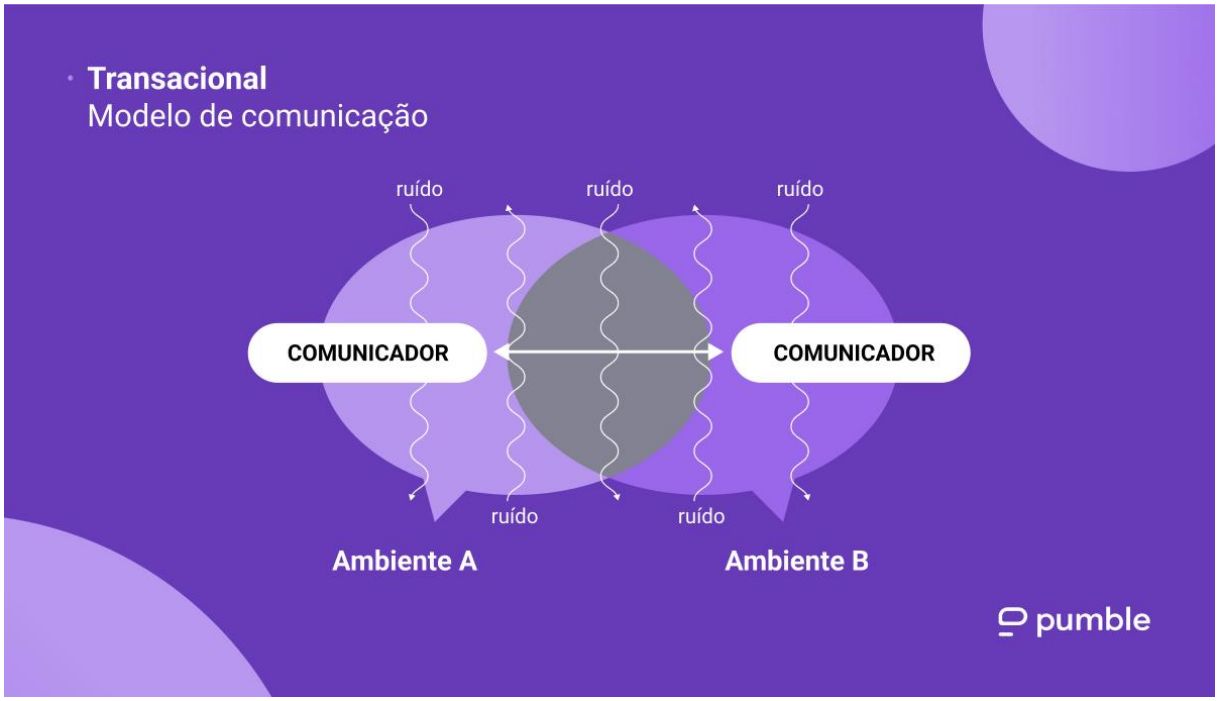
Ganha relevância nesse modelo o *feedback*, por meio da qual o emissor do momento percepciona como sua comunicação está sendo avaliada pelo público. Esclareça-se que tal feedback pode não ser instantâneo e até demorar considerável tempo. Além do mais, os receptores não são passivos na comunicação abordada interativamente (Wood, 2009). Outro detalhe de importância: os "campos de experiências" dizem respeito ao conhecimento de mundo e ao conhecimento de si próprio dos interlocutores para que eles possam construir e entender melhor o contexto sua mensagem.

Segundo Wood (2009, p.42), "apesar de o modelo interativo ter sido considerado um avanço em relação ao linear, ele ainda não representa todo o

[1] https://pumble.com/learn/pt/communication/communication-models/ Acesso em 10 mai. 2025.

dinamismo da comunicação humana". O modelo que me melhor representa a comunicação humana é aquele de base transacional, cuja representação gráfica pode ser observada logo abaixo[2].

Figura 3: Modelo de comunicação transacional



Fonte: Pumble.com

As denominações emissor e receptor já não fazem nenhum sentido, podendo ser substituídas pela terminologia comunicadores. Isso porque o evento da comunicação ocorre na simultaneidade de participações e criações entre os interlocutores, não havendo razão para haver alguém que só envia mensagens e alguém que apenas as recebe, seguindo uma ordem inalterável e absolutamente artificial. A comunicação é fruto de um conjunto de ações.

Assim, "entender a comunicação como um processo transacional é reconhecer que o eu e os outros estão envolvidos em um processo compartilhado: a comunicação é orientada para o nós em vez de orientada para o eu" (Wood, 2009, p.44). Diferentemente dos modelos interativos, o feedback aqui é simultâneo à mensagem, sendo fornecidos por todos os participantes do processo de comunicação.

[2] https://pumble.com/learn/pt/communication/communication-models/ Acesso em 10 mai. 2025.

Os ruídos continuam nesse modelo, como prosseguem em todos os outros. Nesse caso, devido ao dinamismo da comunicação, ele pode relacionar-se com diferenças culturais entre os participantes, já que a forma como se comunica é afetada pelo ambiente particular em que se está. O modelo transacional, por sua vez, tem em conta que a comunicação é algo que muda com o tempo. Por exemplo, funcionários recém-admitidos falarão com seus patrões de um jeito que já será outro quando eles estiveram com maior tempo de casas e tiverem mais familiaridade com seus chefes. Ou seja, a comunicação deve incluir a questão do tempo e da influência que ela receba da história, da cultura, dos hábitos e costumes novos, dos modos de sentir a realidade (Wood, 2008).

Deve-se ter presente que nenhum desses modelos alcançou representar com sucesso absoluto ainda toda a complexidade, abrangência, sofisticação e multifuncionalidade da comunicação humana. A comunicação vista de um determinado modo se presta para auxiliar em determinados setores da vida humana; considerada de outro, pode proporcionar um grande auxílio para levar adiante determinados propósitos e atividades de outras pessoas completamente diferentes.

Cabe, desta maneira, ao especialista da área dominar o maior número possível de visões sobre a comunicação para usá-las seja isoladamente ou combinadamente com a maior eficácia possível, de forma a divulgar persuasivamente sua mensagem e atuar no seu público. Apenas a título de exemplo, valer-se da visão linear da comunicação para ministrar uma aula universitária presencial usando metodologias ativas seria um tanto arriscado. Por outro lado, um padre que deve rezar uma missa para ser gravada e, posteriormente, veiculada pela TV pode sem maiores obstáculos se orientar por uma visão linear da comunicação.

No que particularmente tange ao Informativo, ele se baseará, tanto quanto possível, na combinação ativa dos modelos de comunicação linear, interativo e transacional, dando preferência aos dois últimos e no que eles podem oferecer para um veículo com tais e quais características como o Informativo.

Além do mais, haverá a tentativa de criar algumas situações de interação, em que a relação entre emissor e receptor será substituída por uma de comunicador e comunicador, dando a ideia de que o Informativo é simétrico, que é de toda a comunidade da UB e que a opinião e a crítica de todos são fundamentais e que ninguém falará sozinho. “Deverá haver uma abertura para o outro: não sou eu que ensino o aluno, o aluno também me ensina” (Marcondes Filho, 2008, p.52). Para isso,

espera-se que o informativo venha a possuir uma seção no site em que ele ficará hospedado destinada o maior tempo possível à interação síncrona e simultânea, publicando, por exemplo, a opinião do público leitor e gerando rapidamente feedback. Do feedback do público, por sinal, dependerá, também em grande medida, a pauta dos próximos números do informativo.

3.3 A comunicação ambiental

O meio ambiente pode ser o referente principal de um processo de comunicação, sinalizando para aquilo conhecido como comunicação ambiental, abarcando informativos, jornais impressos, jornais televisivos, jornais digitais, folhetos, palestras, campanhas publicitárias, reportagens, portais de internet, podcasts, filmes de cinema, músicas, documentários, desfiles de escolas de samba, atuando com diferentes forças na população da Terra, retratando e problematizando as questões ambientais.

Trata-se de uma modalidade de comunicação que há tempos já deixou de ser apenas uma simples tendência, passando a ser uma realidade sedimentada e com ainda força de crescimento, visto que dos raros eventos que têm potencial de colocar a existência humana em risco de extinção estão os impactos ambientais, frutos de uma articulação quase sempre desequilibrada entre a natureza e o homem.

A comunicação ambiental abrange as “atividades direcionadas à divulgação/promoção da causa ambiental” (Bueno, 2007, p.31). A comunicação ambiental guarda preocupação em explicar, divulgar, vulgarizar e democratizar os conceitos e problemas relativos ao ambiente, buscando, ao final das contas, persuadir o público a respeito de uma tese sobre meio ambiente (Campato Jr., 2018).

Em termos temáticos e na área da imprensa, Oliveira (1996, p.63) propõe três vertentes de comunicação ambiental relacionadas à imprensa:

- Matérias baseadas em denúncia;
- Matérias que divulgam propostas de solução para problemas ecológicos;
- Matérias que informam sobre questões “amenas” (nichos ecológicos, reservas florestais, entre outras).

Essa derradeira pauta acaba descortinando o problema da imprensa ambiental em geral – como estratégia ideológica ou comercial – que apresenta problemas brandos no lugar de discutir criticamente questões sérias e que incomodam determinados setores da sociedade, “tocando em suas feridas”. Outro problema é se referir a uma mazela socioambiental numa reportagem e depois esquecê-lo, não se interessando pelo seu desfecho e a quem agradou. Ainda outro problema é o excesso de pautas ambientais que não vão além das superfícies das explicações, deixando encobertas as verdadeiras origens dos problemas. Há por trás desses fenômenos em si relações de poder, isto é, o problema socioambiental não é meramente técnico ou científico, a ela se agregam uma força econômica, uma falta de vontade política. E o pior é que ninguém nada percebe, não dando conta das relações intrincadas entre meio ambiente, economia, cultura, política e sociedade (Bueno, 2018, p.38-39).

Mas esses não são os únicos perigos que podem descaracterizar a comunicação ambiental. Como se não bastasse o apresentado, é preciso atentar às artimanhas de determinado marketing verde, que finge lutar pelo meio ambiente, mas cuja luta não passa de perfumaria superficial, mais interessada nos louvores angariados pelos supostos ambientalistas do que pela efetiva e duradoura proteção ou conservação do meio ambiente. Nesse tipo de marketing, reina a contemplação mistificadora e não a ação metódica e objetiva (Bueno, 2007, p.96; Bueno, 2015, p.52).

Não se esqueça, do mesmo modo, do fenômeno do *green washing* (“lavagem verde”), por meio do qual empresas, indústrias e organizações, para serem lembradas por boas imagens e credibilidade, anunciam-se, de modo geral e ligeiro, como amigas da natureza, mas, se examinadas mais profunda e detidamente, não o são, apresentando setores ou ações que agridem e poluem o ambiente; também não são guiadas por políticas sustentáveis ou apresentam políticas sustentáveis sem representatividade na prática.

Compartilha-se aqui e se compartilhará no Informativo a concepção segundo a qual a comunicação ambiental é uma comunicação empenhada (Bueno, 2007; Berna, 2010). Se, na linguagem, a neutralidade completa é um mito e um efeito de sentido, a comunicação humana também não será neutra; pelo contrário, procurará agir nos outros para atuar em suas opiniões e crenças. Agindo dessa forma, a comunicação ambiental acaba por se constituir numa arma a favor do meio ambiente e de sua indispensável conscientização e emancipação cidadãs.

Prova de como tal tópico é considerado de suma relevância é a criação de um guia destinado a cientistas, jornalistas, educadores, políticos que os ensinam a se comunicar adequadamente sobre as mudanças climáticas e, com isso, esclarecer as pessoas sobre o problema. Tal guia foi iniciativa da Universidade de Colúmbia, dos Estados Unidos da América[3], e oferece aos leitores "princípios derivados da psicologia e das ciências sociais a respeito de como comunicar efetivamente um tópico que é complexo, confuso, incerto e frequentemente emocional e politicamente carregado" (Shome; Marx, 2016, p.12). Os autores continuam sobre o Centro de Pesquisa sobre Decisões Ambientais (CRED), em cujo contexto o "Guia" foi gerado:

> As pesquisas do CRED mostram que, para que a informação científica sobre o clima seja efetivamente absorvida pelo público, ela deve ser comunicada com linguagens, metáforas e analogias apropriadas; combinada com histórias e narrativas; avivada por meio de imagens visuais e cenários com os quais os leitores têm familiaridade; deve usar informações científicas de forma equilibrada; e ser disseminada por mensageiros confiáveis e em contextos grupais. Este guia combina pesquisas de laboratório e de campo com exemplos reais, unindo informações da vasta gama de disciplinas que o CRED engloba: psicologia, antropologia, economia, história, ciências ambientais e políticas e ciências climáticas.
> Destinado a qualquer um que se dedique à comunicação ou ao debate sobre as mudanças climáticas, seja ele cientista, jornalista, educador, clérigo, assessor político ou cidadão engajado, o objetivo do guia é ajudar a comunicação a alcançar dois públicos-alvo – o público geral e os tomadores de decisão empresariais e do governo – de forma mais produtiva. Os princípios aqui encontrados devem ajudar a tornar as apresentações e discussões sobre mudanças climáticas mais eficazes.

Para Berna (2010), a adequada mensagem ambiental é também militante, empenhada em questionar não apenas as consequências dos fenômenos ambientais, mas também suas origens, o nascedouro que explica a gênese do problema, contextualizando-o. Conforme se verá, tal postura harmoniza-se com os postulados da educação ambiental crítica. É claro que nem toda mídia ambiental apresenta uma postura combativa; pelo contrário, há órgãos de comunicação que se concentram em apresentar o meio ambiente como uma riqueza equilibrada, completamente alheia à ação da sociedade, da política e dos grandes corpos corporativos.

Em seu livro **Comunicação Ambiental: Reflexões e práticas em Educação e comunicação Ambiental**, Berna (2010, p.65-71) propõe dez aspectos a serem

[3] Embora se tenha consultado a versão impressa do "Guia", ele também está disponível em PDF pelo seguinte endereço eletrônico: http://cred.columbia.edu/files/2016/09/CRED_2016_Comunicacao_das_mudancas_climatcas.pdf#page=4.08

levados em conta para a elaboração de uma comunicação ambiental que se deseja efetiva. São os seguintes:

Tabela 1: Dicas para a comunicação ambiental

DICA	DESCRIÇÃO
A comunicação ambiental não é neutra	Todo enunciado carrega marcas do emissor; não há neutralidade. A subjetividade está presente mesmo na escolha de palavras e formas de expressão.
O engajamento do profissional	O comunicador ambiental deve ter postura ética e engajada, comprometido com o interesse público e a transformação social.
Adaptação da linguagem tecnicista	A linguagem deve ser adequada ao perfil do público, evitando jargões que dificultem a compreensão e o envolvimento.
O público não é um livro em branco	O público traz bagagens e visões de mundo prévias. É preciso conhecê-lo para tornar a comunicação mais eficaz e significativa.
Comunicação em mão dupla	A comunicação deve permitir o contraditório, com espaço para diferentes pontos de vista e participação ativa do público.
Comunicação sistêmica	A comunicação ambiental precisa considerar as interações entre os elementos do meio ambiente e da sociedade, de forma integrada.
Verdade	O comunicador deve buscar a verdade, ouvindo o contraditório e embasando-se em dados, documentos e investigações sérias.
Adaptar o “ecologuês”	Evitar termos excessivamente técnicos. Se usados, devem ser explicados de forma acessível, promovendo inclusão na compreensão.
Reflexão e Ação	Mais que informar, a comunicação ambiental deve provocar reflexão e gerar ações concretas para transformar a realidade.

Fonte: Adaptado de Berna, 2010.

Agora nesta seção, com o suporte conceitual de Maria Targino e Antônio Teixeira de Barros (1996, p.78-79), citando Silva (1982), serão apenas mencionados problemas da comunicação ambiental, principalmente no que toca ao jornalismo, no qual está incluído o gênero informativo.

Quando se refere a problemas, mencionam-se situações (os títulos são de Silva) que podem colocar em xeque os aspectos que foram sumarizados na tabela acima de Berna. São ruídos de diferentes ordens que diminuem o valor profissional,

democrático, moral, político, cidadão da comunicação ambiental e dos quais deve se precaver o quanto possível:

Tabela 2: Armadilhas da comunicação ambiental

ARMADILHA	DESCRIÇÃO
Filosofia do time da casa	O jornalista suprime a informação prejudicial ao desenvolvimento da cidade com a qual está envolvido ou mesmo o jornal;
“Afeganistanismo”	É tendência de destacar problemas ambientais de lugares distantes e não do lugar ao qual o jornal tem maiores relações e proximidade espacial;
Síndrome da futilidade bem-informada	O leitor do jornal toma ciência do problema ambiental pelo órgão da imprensa, mas se vê impotente quanto à tomada de decisões em relação ao que é noticiado;
Complexidade dos assuntos	A complexidade dos assuntos ambientais, que deveriam ser abordados de forma interdisciplinar pelo jornal, é abordada, de preferência, de maneira simples, episódica e factual;

Fonte: Adaptado de Silva (1982); e Targino e Barros (1996, p.78-79)

A comunicação ambiental enfrenta, além de um conjunto significativo de desafios, a necessidade de lidar com situações em que se faz necessário criticar os próprios patrocinadores, sobretudo quando suas ações se contrapõem à ciência ou à ética. Do ponto de vista do público, cabe ao leitor ou espectador desenvolver um olhar atento e crítico, evitando ser envolvido por narrativas sensacionalistas que, ao explorar aspectos pitorescos ou dramáticos — como as descrições exóticas sobre florestas e criaturas inóspitas —, acabam desviando a atenção dos elementos centrais da notícia. Como adverte Ovalles (1992), esse tipo de abordagem pode enfraquecer a compreensão crítica dos acontecimentos e comprometer o papel social da comunicação ambiental.

Na cobertura da tragédia de Brumadinho, em Minas Gerais, por exemplo, diversos veículos de mídia concentraram-se em relatar episódios curiosos, como a atuação dos cães farejadores. Embora esses fatos fossem relevantes, muitas vezes acabaram por desviar o foco da gravidade do desastre, cujas consequências humanas, sociais, econômicas, ambientais e culturais foram devastadoras. Mais do que relatar o fato isoladamente, a comunicação ambiental deve se comprometer com

a análise ampla e sistêmica dos acontecimentos. Nesse sentido, como destaca Campato Jr. (2018), reportagens que contextualizam os eventos em sua complexidade histórica, social e política contribuem para o desenvolvimento de uma visão crítica e integrada do meio ambiente.

É fundamental lembrar que as informações sobre o meio ambiente têm se tornado um campo fértil para a disseminação de *fake news*. Em tempos de pós-verdade, valoriza-se mais a aparência do que a essência, a opinião em detrimento do fato, e as percepções pessoais sobrepõem-se às evidências científicas, mesmo quando amparadas por tecnologias sofisticadas como os satélites. Diante desse cenário, os veículos de comunicação ambiental devem redobrar a atenção, adotando protocolos mais rigorosos e atualizados que garantam a veracidade e a legitimidade das informações divulgadas.

Refletir sobre a comunicação ambiental exige situá-la como uma das manifestações da chamada Comunicação de Interesse Público (Costa, 2006). Essa abordagem surgiu entre as décadas de 1980 e 1990 como um conjunto de práticas comunicacionais voltadas para o desenvolvimento humano, a solidariedade e a promoção da qualidade de vida. Trata-se de um modo de intervir na realidade social por meio da comunicação institucional, englobando ações tanto de agentes públicos quanto da iniciativa privada. Como observa Costa (2006), o público que hoje interage com essas mensagens já não é passivo, mas assume um papel mais ativo, participando criticamente da construção do diálogo comunicacional.

3.4 A educação ambiental

A educação ambiental – que é, também, um processo de comunicação ambiental – tem sido tratada como uma das principais ações contra os impactos ambientais que atingem a Terra e colocam sua população em risco iminente de colapso ou mesmo de total extinção.

A educação ambiental no Brasil foi, em importante sentido, amparada pela Constituição Federal de 1998 (Brasil, 1988), em seu artigo 225, que trata do direito universal a um meio ambiente ecologicamente equilibrado de responsabilidade da coletividade e do Poder Público. Mais categoricamente, a educação ambiental se tornou Lei em 1999 no Brasil, a conhecida Lei no 9.795 de 27 de abril de 1999.

Desde então, de forma mais organizada e oficial, buscou fazer refletir nas pessoas uma consciência crítica sobre a problemática do meio ambiente (Siegler; Liboni, Cezaeino, 2019). Para tanto, deveria haver, forçosamente, modificação das ações, dos comportamentos e das culturas humanas, não permanecendo apenas em alterações nos aspectos exteriores e superficiais. Tais mudanças positivas passariam de geração em geração criando a verdadeira cultura da sustentabilidade e não apenas uma moda passageira.

Depois disso, surgiram outras políticas, outras agendas, outros programas oficiais, que buscaram operacionalizar com mais dinamicidade e bons resultados a implantação das conquistas da Educação Ambiental. Trata-se de um processo de difícil consecução por ter de enfrentar uma cultura centenária e profundamente arraigada de uma visão desvirtuada do meio ambiente, em que a natureza, por exemplo, é vista como um repositório infinito de matérias-primas, que podem ser usadas irracionalmente de acordo com a vontade dos homens. Falta, igualmente, uma visão mais crítica das relações de poder entre os homens e de que como elas são predatórias em vários sentidos.

Ainda preliminarmente, vale a pena tecer um pequeno comentário sobre o meio ambiente, o que poderia ter sido feito, a rigor, quando se tratou da Comunicação ambiental. O meio ambiente é o objeto de estudo tanto da comunicação ambiental quanto da educação ambiental; evidentemente sob ângulos diferentes e tratados de maneiras diversas.

Não é exagero afirmar que o meio ambiente é tudo, dele fazendo parte todas as coisas conhecidas e que ainda não conhecidas. Quando as ciências ambientais começaram a ter um destaque mais acentuado, vigorava a definição de meio ambiente chamado de naturalista, que é o ambiente composto dos aspectos físicos, naturais, químicos, biológicos da realidade. Nesse contexto, é como que o homem se retratasse de longe observando o meio ambiente sem dele tomar parte, passando a errônea e reduzida concepção de que há um mundo natural em oposição ao mundo humano.

Com os avanços nos estudos da área, todavia, o meio ambiente foi mais bem definido e nele foi incluída a figura humana, com seus complexos aspectos sociais e culturais, e que sempre estão em interação ativa com os aspectos físicos. Esse meio ambiente tem sido chamado de meio ambiente socioambiental, no qual “a natureza e os humanos, bem como a sociedade e o ambiente, estabelecem uma relação de

mútua interação e copertença, formando um único mundo" (Carvalho, 2012, p.36). Vale adiantar que tal concepção de meio ambiente que será adotada no Informativo.

Feitas essas observações preliminares, destaquem-se algumas definições de educação ambiental.

A primeira definição que segue foi escolhida por ser bem operacional, relativamente ampla e geral. Trata-se da conhecida conceituação da Política Nacional de Educação Ambiental, concretizada pela Lei no 9.795, Artigo 1, de 27 de abril de 1999:

> Entendem-se por educação ambiental os processos por meio dos quais o indivíduo e a coletividade constroem valores sociais, conhecimentos, habilidades, atitudes e competências voltadas para a conservação do meio ambiente, bem de uso comum do povo, essencial à sadia qualidade de vida e sua sustentabilidade[4] .

Outra definição geral, porém, menos abrangente, entende a educação ambiental como:

> Processo de formação educacional, presente em todos os níveis de ensino, que prepara o estudante para se tornar um sujeito ativo em seu meio, integrado aos demais agentes sociais na partilha de conhecimento e de ações (Santos, 2023, p.12).

Embora as duas definições ou tendências de educação ambiental (e se poderiam acrescentar numerosas outras). tenham seus méritos, elas, igualmente, apresentam fragilidades. Isso ocorre porque se tenta definir uma educação ambiental ideal, quando, na realidade, o que existem são várias educações ambientais.

Educação ambiental não corresponde a um conceito uno, absoluto, invariável no espaço, no tempo e na cultura. Pelo contrário, há tantos conceitos de educação ambiental quanto são as linhas teóricas que dela se ocupam, as épocas históricas nas quais elas se situam e assim por diante. Sato e Carvalho (2005), por exemplo, listam as seguintes correntes de educação ambiental: naturalista, conservacionista, resolutiva, sistêmica, científica, humanista, moral, holística, biorregionalista, práxica, crítica, feminista, etnográfica, da Educação, Projeto de Desenvolvimento Sustentável.

Para os limites desta dissertação, serão examinadas duas tendências ou vertentes de educação ambiental: a conservadora (também conhecida como tradicional) e a crítica (também conhecida como emancipatória, popular, dialógica).

[4] Disponível em https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l9795.htm. Acesso em 25 de abril de 2024.

Para tornar a discussão mais didática, preferiu-se partir de uma tabela e, então, desenvolver seus comentários:

Tabela 3: Quadro sinótico opondo a educação ambiental conservadora à educação ambiental crítica

EDUCAÇÃO AMBIENTAL CONVENCIONAL/CONSERVADORA/TRADICIONAL	EDUCAÇÃO AMBIENTAL CRÍTICA/ EMANCIPATÓRIA/POPULAR
Localiza as raízes da crise na perda da capacidade da “leitura do livro da natureza”.	Localiza as raízes da crise na estruturação do capitalismo e respectivos valores.
Prioriza a ação pedagógica voltada ao ensino do funcionamento dos sistemas ecológicos.	Prioriza a ação pedagógica voltada à reflexão do funcionamento dos sistemas sociais.
Aponta soluções de ordem moral e técnica.	Aponta soluções de ordem política.
Aponta soluções no âmbito do indivíduo.	Aponta soluções do âmbito do coletivo.
Promove mudanças de comportamento.	Promove uma leitura crítica da realidade.
Foco voltado à conservação da natureza, entendida como recurso natural.	Foco voltado à eliminação dos riscos ambientais e tecnológicos.
Público-alvo: escola e criança.	Público-alvo: comunidade e trabalhadores
Concepção reducionista da problemática socioambiental (separa o social do natural)	Concepção complexa da problemática socioambiental (une social com natural).

Fonte: Adaptado de Layrargues, 2002.

Embora vistos sob forma dicotômica, não se deve abordar os dois paradigmas de educação de maneira maniqueísta nem panfletária, como se cada um dos dois sozinhos fosse capaz de equacionar a multiplicidade de problemas ambientais e pudesse criar uma existência sustentável.

Apesar da possibilidade de um equilíbrio entre os dois programas, não há como negar que há forte tendência atual de valorizar a educação ambiental crítica sobretudo porque a educação tradicional, que é mais antiga, tem se mostrado muito débil na resolução de problemas que têm se figurado a cada dia mais grave. Pelo contrário, a educação crítica tem apresentado a alternativa de abordar o meio ambiente pela sua vertente social e política, oferecendo aos estudantes a possibilidade de emancipação cidadã e de ações que visem não apenas as consequências dos problemas ambientais, mas, sobretudo, suas causas, quase sempre relacionadas com as relações ocultas de poder entre os povos e as nações.

Comenta-se a partir de agora, ainda baseados em Layrargues (2002), os itens que compõem a tabela:

1. A educação conservadora explica os problemas ambientais como se eles fossem simples resultado de um distanciamento existencial entre o homem e a natureza. Esses mesmos problemas são explicados pela Educação ambiental crítica como consequência do modo de produção capitalista, que tem origem na Revolução Industrial e que chegaria ao ápice com a globalização. No capitalismo, o que importa é o lucro e a acumulação financeira, sendo a natureza vista apenas como armazém que fornece matérias-primas. No capitalismo, fomenta-se o consumo desenfreado e a criação de novos consumidores, o que acaba gerando grandes quantidades de resíduos sólidos e lixos. A educação ambiental crítica considera a necessidade de rever o modo capitalista de existência e a ação predatória humana sobre a natureza por meio de ações que atuem sobre as causas do fenômeno e criem cidadãos mais emancipados e politizados.

   2. A educação ambiental conservadora torna-se importante na medida em que ela, pedagogicamente, ensina o funcionamento do meio ambiente, ao passo que a educação ambiental crítica suscita nas crianças, por exemplo, reflexões críticas sobre o meio ambiente. Não basta saber o que é, mas como é e por que é assim.

   3. Para solucionar eventuais problemas identificados no meio ambiente, a educação ambiental conservadora defende um posicionamento moral (por exemplo: “não jogue lixo no chão porque isso é ruim e pessoas educadas não agem assim” ou “para não ocorrer novamente essa enchente, vamos aumentar os bueiros”). No que toca à educação ambiental crítica, os problemas são vistos na sua dimensão de causa e consequência, estão ligados a relações de poder e se explicam socialmente e politicamente. Por exemplo: a percepção de que os bairros onde moram as populações mais ricas não são atingidos pelas enchentes entre outros motivos, porque lá o Poder Público garante melhores condições de infraestrutura.

   4. A educação ambiental conservadora tem uma dimensão individualizante das mazelas ambientais. Uma ou um pequeno grupo de pessoas é, a título de exemplo, prejudicado por um problema com água poluída. Esse grupo reclama

à Prefeitura e tem a questão isoladamente resolvida. A educação ambiental crítica ensina as pessoas a agirem coletivamente, a se unirem em torno de um objetivo comum, exercendo uma pressão política mais efetiva e que dure mais tempo. A prefeitura, por sua vez, deverá ver esse fenômeno aparentemente isolado como parte de um problema mais amplo e gravo, que, inclusive, poderá estar relacionado com outros, que ela tentará resolver justamente para que ele não reaparece nos próximos anos significando menos retrabalho e custos para os órgãos público e para as pessoas.

5. A base da educação ambiental conservadora é fomentar uma mudança de comportamento nas pessoas, principalmente nas crianças e nos adolescentes. Nesse sentido, são exemplos típicos de educação conservadora nas escolas: ensinar as crianças a fazerem coleta ou recolha seletiva de lixo afirmando que se trata do comportamento correto e que deve, daqui por diante, ser seguido. De fato, trata-se de um comportamento elogiável, mas que fica muito longe de atuar, com eficácia, nos problemas relativos ao lixo. Uma vez feita a coleta, no dia seguinte deverá ser realizada outra e assim por diante. O grande problema do lixo e dos resíduos é que vivemos numa sociedade capitalista que estimula a fabricação cada vez maior de produtos para compra e venda, alguns dos quais sem nenhuma necessidade para o comprador, e que geram milhões de toneladas de lixo e resíduos. Nessa sociedade capitalista, as pessoas mais valorizadas e com maior status geralmente são aquelas que apresentam poder de compra elevado. E o sonho daqueles que não têm como comprar é um dia poder fazê-lo. Enfim, desenvolver uma educação ambiental que tenha por finalidade criar e alterar comportamentos não se mostrará muito suficiente numa sociedade consumista como esta. Ensinar comportamentos é relevante, mas apenas trará resultados se for um ensino associado a debates de questões políticas, sociais, econômicas e culturais e que tenham um alcance coletivo, numa educação política, mas não partidária.

6.Para a educação ambiental de viés tradicional, importa conservar a natureza entendida como recurso natural. Ou seja, o bom tratamento que se dispensa à natureza é porque ela será o reservatório das matérias-primas de que os humanos precisam para sua sobrevivência. Está-se, portanto, imbuído de uma

preocupação de ordem mercadológica. No campo da educação ambiental crítica, o cuidado com a natureza deve ser entendido, de preferência, como um processo voltado à eliminação dos riscos ambientais propriamente dito e mesmo daqueles oriundos da tecnologia.

7.O público prioritário a que se destina a educação ambiental conservadora é a escola e, no seu contexto, a criança. Isso se entende por que é o comportamento da criança aquele mais maleável, ou seja, aquele que pode ser instruído e, por vezes, até treinado para realizar determinadas ações em favor do meio ambiente. No lugar da criança, o paradigma crítico de educação ambiental se dirige, antes, à comunidade e aos trabalhadores, em cuja consciência crítica e política se quer trabalhar num caminho trilhado para a emancipação de poder pensar livremente e não de acordo com o que deseja a elite e as grandes corporações capitalistas.

8. No âmbito da educação ambiental conservadora, vigora quase sempre uma concepção reducionista da problemática socioambiental, separando-se o natural do social. Assim, por exemplo, diante das trágicas enchentes abatidas sobre o Rio Grande do Sul, apenas se presta atenção na quantidade exorbitantes de chuvas que caiu, entre maio e abril do ano de 2024, sem se relacionar a ela a ação humana. Por essa visão, os resultados foram trágicos apenas pela inédita quantidade de águas precipitadas e seriam menos trágicas se a chuva tivesse sido menos copiosa. Do ângulo da educação ambiental crítica, ensina-se que que o natural e o social não se separam; pelo contrário, erigem um sistema de relações, uma rede articulada que deve ser levado em conta para que determinadas situações possam ser mais bem aclaradas. Nesse sentido, pode-se lembrar que as referidas enchentes devem ser compreendidas no contexto das mudanças climáticas que intensificaram o *El Niño*, e que se relacionam com a falta de políticas públicas do Rio Grande do Sul contra catástrofes naturais, com falta de manutenção de diques. Para além disso, esse evento causou danos, acima de tudo, às pessoas pobres e em estado de vulnerabilidade.

Embora ambas sejam formas de educação ambiental e compartilhem pontos em comum, as diferenças entre elas são significativas e influenciam diretamente o processo de ensino e aprendizagem, as práticas pedagógicas e, também, as estratégias de comunicação ambiental. A educação ambiental de orientação conservadora, tradicionalmente, adota uma postura mais comportamentalista, com foco em atitudes individuais e menos voltada à dimensão crítica e política dos problemas socioambientais. Ainda assim, exerceu papel relevante na formação de crianças, adolescentes e jovens no Brasil.

No entanto, diante de um cenário globalizado não apenas do ponto de vista econômico, mas também social e cultural, marcado por riscos ambientais crescentes, desequilíbrios ecológicos e disseminação de doenças com impressionante capilaridade, torna-se mais viável e necessária a adoção da educação ambiental crítica como abordagem prioritária. Isso não significa que não possa haver pontos de contato entre as duas correntes, mas sim que a criticidade se apresenta como caminho mais promissor para lidar com os desafios contemporâneos.

A educação ambiental crítica não fragmenta a realidade em compartimentos estanques. Ao contrário, compreende o meio ambiente como uma rede de relações interconectadas, na qual qualquer modificação em uma parte impacta outras áreas. As mudanças climáticas na região amazônica, por exemplo, provocaram a seca de rios que servem como principal via de transporte para populações ribeirinhas. Com os rios intransitáveis, moradores de pequenas comunidades são obrigados a caminhar longas distâncias para adquirir alimentos, que já chegam com preços elevados devido às perdas na produção agrícola. Essa interdependência entre natureza e sociedade é o cerne da abordagem crítica, que oferece mais recursos conceituais e metodológicos para interpretar e enfrentar tais problemas.

Essa perspectiva compreende o meio ambiente a partir de suas dimensões históricas, sociais, culturais, econômicas, políticas e de justiça. Não há, portanto, um meio ambiente isolado e abstrato; ele só se concretiza nas múltiplas relações com o entorno e os sujeitos que dele fazem parte. É nesse sentido que a educação ambiental crítica forma cidadãos mais éticos e comprometidos com a sustentabilidade, compreendida como um processo amplo que assegura condições salubres e justas para todos os seres e contextos, com vistas à sua permanência ao longo do tempo (Loureiro, 2012).

Assim entendida, a educação ambiental crítica se configura como uma proposta emancipatória, ao permitir que os sujeitos escolham caminhos interdisciplinares, transformem-se e atuem de maneira politizada em sua realidade. Isso implica romper com a perspectiva antropocêntrica da vertente conservadora, na qual o ser humano se posiciona como centro e juiz da natureza, atribuindo valor aos elementos naturais apenas quando atendem aos seus interesses. A educação crítica, por sua vez, adota uma visão *ecocêntrica* ou biocêntrica, segundo a qual todos os seres, humanos, animais, rios ou pedras, possuem o mesmo direito de existir. O ser humano deixa de ser superior e passa a integrar, de forma igualitária, o conjunto da natureza.

Para finalizar tal tópico, segue uma útil transcrição de Dickmann e Liotti (2020, p. 12)

> Educação Ambiental envolve processos contínuos e permanentes de aprendizagem, na perspectiva de uma intervenção pelo processo educativo formal, por meio da partilha de saberes, práticas e experiências significativas no espaço escolar, ou na dimensão não formal, em que a comunidade é protagonista no desenvolvimento de ações estratégicas voltadas para o exercício de uma cidadania comprometida com a construção de uma sociedade mais sustentável e ética, que prima pela conservação do ambiente associado à justiça socioambiental climática..

Não custa adiantar, novamente, que para a concepção e feitura do informativo, a versão de educação ambiental a ser usada será fundamentalmente a educação ambiental crítica.

4. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Recordando que esta pesquisa tem como objetivo a criação de um informativo ambiental digital, pertencente ao domínio discursivo jornalístico, voltado à Universidade Brasil e à sua comunidade acadêmica, com foco em temas relacionados às ciências ambientais e periodicidade trimestral, a metodologia adotada foi definida com base em alguns eixos fundamentais.

O delineamento do estudo pautou-se na pesquisa bibliográfica, uma modalidade investigativa sustentada por uma leitura crítica, reflexiva e sistematizada de livros, artigos científicos, dissertações e teses que abordam os campos da comunicação ambiental e da educação ambiental. Ressalta-se que, entre esses dois campos, o primeiro apresenta menor disponibilidade de material teórico, o que torna a busca por referências mais desafiadora. O objetivo central desta etapa foi construir uma revisão de literatura que evidenciasse as contribuições críticas e conceituais sobre os temas em estudo.

A abordagem metodológica insere-se no âmbito da pesquisa qualitativa, que se caracteriza pela recusa à quantificação e ao uso de instrumentos estatísticos, favorecendo a interpretação dos fenômenos por meio de uma perspectiva compreensiva e subjetiva (Sampieri et al., 2013).

Assim, a investigação iniciou-se com um estudo bibliográfico estruturado a partir das seguintes etapas: seleção de obras pertinentes, realização de leituras analíticas, identificação de temas centrais e categorização dos conteúdos relevantes. Esse processo se constituiu em uma rotina intelectual rigorosa, essencial para fundamentar teoricamente o desenvolvimento da proposta.

O informativo, enquanto produto da pesquisa, insere-se no gênero textual jornalístico. A proposta é que todas as edições, a partir do número zero, apresentem uma estrutura semelhante, respeitando coerência no campo composicional, temático e estilístico, garantindo identidade e continuidade editorial ao longo das publicações.

Apenas para ilustrar, planeja-se que todos os informativos apresentem um editorial, uma coluna de opinião, uma reportagem, uma charge, uma entrevista e etc. (semelhanças composicionais); planeja-se, igualmente, que todos informativos apresentem conteúdos que estejam direta ou indiretamente conectados com o meio ambiente em geral (semelhanças de conteúdo) e planeja-se, finalmente, que todos

informativos digitais sejam redigidos numa linguagem formal simples, ou seja, uma linguagem que respeita o registro culto, mas que não seja solene, cerimoniosa, com sintaxe e vocabulário rebuscados (semelhanças estilísticas).

Acrescente-se que termos técnicos de ciências ambientais poderão ser usados quando necessários, mas que, nesse caso, receberão uma explicação em termos acessíveis a um público leigo.

Esta primeira parte teórica da pesquisa foi acrescida de uma etapa prática aplicada, executada em laboratórios de imagens, em que este autor, com base nas leituras até então realizadas e com apoio em sua experiência prévia na área de conhecimento devido à sua formação profissional, descreveu e criou um protótipo do Informativo Digital Ambiental da Universidade Brasil, e que se deseja veicular à comunidade acadêmica.

Recuperando algo que foi antes mencionado sobre o caráter relativamente inédito desta pesquisa, vale mencionar, a título de exemplo, uma consulta ao Google Acadêmico com os termos informativo *and* ambiental *and* digital *and* universitário, no período de 2015 a 2025, resultou, em língua portuguesa, em 126 resultados. Como era de esperar, quando se acrescentou *and* Universidade Brasil na expressão anterior da busca, não houve resultado. Não houve surpresa no resultado, pois o autor deste estudo é funcionário da Universidade Brasil e já é conhecedor de que nada de parecido foi realizado na Instituição até a presente época.

Esta pesquisa tem perfil de estudo de caso. Nessa modalidade de investigação, ainda que se procure encontrar soluções para problemas que dizem respeito a problemas específicos de um caso, de um evento e de uma empresa, é ainda possível realizar um tipo de generalização que amplie a abrangência do resultado do caso estudado. Não será uma generalização estatística, resultante de pesquisas quantitativas, por meio das quais, por exemplo, mediante uma amostra selecionada, consegue-se generalizar a populações ou universos, enumerando frequências (Yin, 2010).

Na pesquisa qualitativa, a generalização é, antes de tudo, de aspecto conceitual. Generalizam-se teorias, o que tem sido chamado generalização analítica ou de transferência (Sampieri et al., 2013, p.484) No presente caso, o conhecimento adquirido ao desenvolver o Informativo Ambiental Digital para a Universidade Brasil poderá ser, eventualmente, transferido e aplicado a casos semelhantes de universidades que desejam também ter o seu Informativo.

Mais especificamente e a modo de exemplo, pode ser que a experiência da Universidade Brasil com respeito ao Informativo possa auxiliar a outras IES's a diferenciar pontos estratégicos dos secundários, a obter informações que ela só obteria depois de meses de trabalho, a ter menos custos desde o início da pesquisa, a calcular o quanto de imagem e o quanto de texto verbal as tendências atuais demandam, entre outras coisas.

5. RESULTADOS E DISCUSSÃO

5.1 Caracterização do informativo

O informativo digital ambiental da Universidade Brasil (IDAUB) é concebido como um produto destinado à comunicação ambiental em formato digital, com periodicidade trimestral e distribuição gratuita e irrestrita. Embora seu público-alvo inicial seja a comunidade acadêmica da Universidade Brasil – Campus Fernandópolis -, ele estará disponível a qualquer interessado por meio do Portal da IES (caso aprovado pela Reitoria), além de sua divulgação em cartazes com QR Code espalhados pelo campus e pelas redes sociais institucionais.

Trata-se de um jornal digital com estrutura editorial fixa, linguagem acessível e conteúdo crítico e educativo, voltado à promoção de uma consciência ambiental cidadã, emancipatória e participativa. A linguagem utilizada será a formal simples, respeitando a norma culta da língua portuguesa, e mantendo fluidez, clareza, objetividade, concisão e precisão.

O objetivo principal do informativo é integrar ações de comunicação e educação ambiental, incentivando o engajamento da comunidade acadêmica em práticas sustentáveis e na compreensão crítica das questões ambientais contemporâneas. Com isso, reforça-se o compromisso institucional da IES em causa com os princípios da sustentabilidade e da responsabilidade socioambiental.

A escolha do nome Vida Verde para o informativo possui forte carga simbólica, institucional e estratégica. O termo Vida estabelece uma conexão direta com os periódicos científicos oficiais da Universidade Brasil, como a Revista VIDA: Ciências Humanas (VICH), a Revista VIDA: Ciências da Vida (VICV) e a Revista VIDA: Exatas e Ciências da Terra (VIECIT). Tais publicações integram o Portal de Periódicos Eletrônicos da Universidade, que tem como objetivo qualificar e ampliar a visibilidade da produção científica institucional, reforçando a identidade acadêmica da UB. Ao adotar o mesmo termo, o informativo Vida Verde busca, portanto, se alinhar à tradição editorial da Universidade, situando-se como um desdobramento de sua política de comunicação científica e institucional. Para além disso, recorrer a uma “marca” já relativamente estabelecida, com considerável visibilidade e com leitores fidelizados,

revela-se uma estratégia interessante na medida em que o informativo pode se beneficiar também do público das revistas.

A palavra Verde, por sua vez, já está simbolicamente cristalizada de modo a remeter de maneira direta e inequívoca ao meio ambiente, à sustentabilidade e à natureza, conceitos centrais ao conteúdo do Informativo. Trata-se de uma escolha que transmite, de forma simples e clara, a proposta editorial do projeto.

A aliteração presente no significante (corpo sonoro) dos dois vocábulos, repetindo o som da consoante “v” (sonora, oral, fricativa, labiodental)[5] contribui ainda para a consolidação de uma identidade sonora harmoniosa e lúdica, facilitando a memorização do título e reforçando sua atratividade junto ao público-alvo. Como afirma Fiorin (2008), a aliteração é um recurso estilístico que intensifica a expressividade e a musicalidade do discurso, o que favorece a fixação de nomes e slogans na comunicação institucional.

Apenas a título de ilustração de parte do que acima ficou exposto, seguem adiante as capas das *Revistas Vidas* em suas versões para as três áreas do conhecimento humano.

Figura 4: Capa das revistas periódicas dos programas de pós-graduação da Universidade Brasil

Revista VIDA
Ciências Humanas (VICH)

Revista VIDA
Ciências da Vida (VICV)

Revista VIDA
Exatas e Ciências da Terra (VIECIT)

Fonte: https://periodicos.universidadebrasil.edu.br/ Acessado em 01 de julho de 2025.

[5] Consoantes sonoras são aquelas em cuja pronúncia as cordas vocais vibram. Consoantes orais são aquelas para cuja produção não é envolvida a cavidade nasal. Consoantes labiodentais são aquelas em que o ponto de articulação consiste na junção entre os dentes e os lábios. Consoantes fricativas são aquelas em que o ar sofre uma pequena resistência para sair da boca quando o som é emitido, ocasionando um ruído, uma fricção. (Silva, 2010).

5.2 Política editorial

Em termos gerais, política editorial diz respeito ao “conjunto de diretrizes (formuladas por escrito ou não) que norteiam a definição de linhas editoriais em uma empresa de comunicação, caracterizando sua posição no contexto cultural e político” (Rabaça; Barbosa, 2001, p.577). Em outras palavras e em sentido mais lato, a política editorial engloba as bases filosóficas, culturais, ideológicas e éticas baseadas nas quais um órgão de comunicação seleciona, avalia e trata seu conteúdo publicado.

A política editorial do informativo Vida Verde fundamenta-se no compromisso com o meio ambiente, e sua comunicação crítica, dialógica e educativa, integrando os pilares da sustentabilidade à missão acadêmica da Universidade Brasil. Sua linha editorial visa estimular a reflexão coletiva, o engajamento social e o fortalecimento da consciência socioambiental local e global por meio de conteúdos acessíveis, confiáveis e socialmente relevantes.

A publicação pauta-se por princípios éticos e democráticos de comunicação, valorizando a pluralidade de vozes e a diversidade de saberes na construção de uma linguagem ambiental acessível, participativa e de poder criticamente transformador.

Ademais, o informativo Vida Verde veicula mensagens avalizadas pelos pressupostos científicos, denunciando *fake news* e posicionando-se frontalmente contra situações características de pós-verdade e de outras possíveis e eventuais mistificações.

Vida Verde será liderada pelos trabalhos de um editor-chefe, amparado por um Conselho Editorial constituído por representantes dos diversos segmentos da comunidade acadêmica, como docentes, discentes, servidores técnicos administrativos, entre outros possíveis, levados ao cargo por convite ou por eleição.

Conforme ressalta Berna (2010), a comunicação ambiental deve ser compreendida como um processo que informa, educa e mobiliza, indo além da mera transmissão de dados para atuar como instrumento de transformação da realidade. Trata-se, enfim, do fundamental caráter engajado e militante de que se reveste considerável parte da comunicação de caráter ambiental e que a torna uma ferramenta educacional crítica e emancipadora.

O informativo adota, tanto quanto possível, uma estrutura editorial fixa, que assegura um padrão no veículo comunicacional e em sua identidade composicional, promovendo familiaridade com o público leitor, que saberá o que encontrará, de

antemão, nas próximas edições, criando, assim, um efeito positivo de expectativa desse leitor. Nesse aspecto, o informativo será composto em suas edições por seções fixas, como editorial, a palavra da Reitora, entrevistas, reportagens, dicas de leitura, análises de especialistas convidados, etc. Naturalmente que, em virtude do próprio dinamismo do informativo, essa composição poderá ser flexibilizada, possibilitando o acréscimo ou a supressão das seções elencadas.

Um dos aspectos fundamentais da política editorial de um veículo de comunicação é a concepção de sua linguagem. Quanto a esse particular, cumpre ressaltar que o Vida Verde se posicionará ao lado do estilo redacional da maioria dos órgãos de comunicação jornalística, para os quais importa escrever com clareza, com concisão, com precisão, com correção gramatical, com objetividade, com coesão e com coerência, tudo dentro do âmbito da norma culta da língua portuguesa, que, do ângulo sociolinguístico, é a variante prestigiada da língua.

Texto claro é texto inteligível ou compreensível, entendido pelo leitor médio sem maiores dificuldades, permitindo a comunicação entre os sujeitos da comunicação. Texto conciso é aquele em que tudo é expresso com o número necessário e essencial de palavras para obter uma veiculação eficiente da mensagem, sem usar mais nem usar menos palavras do que o ideal. Se se usam mais palavras, corre-se o risco de ser prolixo (se diz muito e se informa pouco); se se usam menos palavras, corre-se o risco de ser lacônico (se diz de forma tão reduzida que a significação fica comprometida) ou obscuro. Também a ambiguidade se revela um risco contra a clareza. Preciso é o texto que fornece informações exatas, que não deixam em dúvida o receptor da mensagem, valorizando a propriedade e o sentido exato vocabular. Um texto julgado gramaticalmente correto é aquele ausente de erros e que respeita e se adequa à gramática da norma culta da língua portuguesa. (Terra, 2023). Texto objetivo é aquele que não se desvia do assunto ou do ponto que cabe desenvolver, evitando se deter em aspectos supérfluos. Um texto coerente, por sua vez, consiste num texto que se deixa entender e ser interpretado, ao passo que um texto coeso pode ser definido como um texto bem articulado, em que as partes estão conectadas num todo coerente e harmônico. (Terra, 2023; Sautchuck, 2017).

Um texto que apresente tais qualidades, além de se tornar compreensível ao maior número de leitores (que precisam compreender as questões ambientais com clareza e precisão), ganha um alcance persuasivo de destacada relevância, na

medida em que faz com que o comunicador obtenha uma imagem de autoridade chamada de *ethos* discursivo (imagem do enunciador criado pelo discurso).

Acrescente-se que a clareza na linguagem, o rigor nas fontes e a articulação entre ciência, cultura e cidadania ambiental são norteadores temáticos e estilísticos da produção textual. Segundo Bueno (2007), comunicar-se de forma ética e transparente é condição essencial para consolidar a responsabilidade socioambiental nas instituições e disso o comunicador ambiental não pode abrir mão.

A escolha por uma linguagem formal simples, quanto ao mais, visa ampliar o alcance comunicacional sem perder o caráter científico e educativo da proposta. Tal prática se alinha à perspectiva de Fiorin (2014), que destaca a função estratégica da linguagem na construção do vínculo entre texto e leitor, sendo a comunicação um elemento estruturante na mediação de sentidos e valores. Comunicar não é apenas transmitir simples informações, mas, sobretudo, agir e atuar no comportamento dos outros. Comunicando informa-se os outros, representa-se o que se sente, mas, acima de tudo, age-se nos outros, buscando influenciar suas decisões e comportamentos, como, por exemplo, em prol de uma existência mais sustentável. A linguagem, no final das contas, constitui um instrumento de persuasão e convencimento, que deve ser usada com sabedoria, estratégia e planejamento.

Assim, o IDAUB atua como espaço institucional de diálogo ambiental entre universidade e sociedade, promovendo a difusão crítica de conhecimentos ambientais interdisciplinares, a valorização das iniciativas acadêmicas sustentáveis e a construção de uma cultura ambiental cidadã e transformadora, conforme propõe Jacobi (2003), ao enfatizar a importância da participação e da coeducação como caminhos para a sustentabilidade.

5.3 Identidade visual

Identidade visual é a personalidade visual e as manifestações visuais do órgão de comunicação. Trata-se de um “sistema de elementos – marca como logotipos, cores, uniformes, identificação de veículos e produtos, indicadores visuais, placas de sinalização, etc – que caracteriza visualmente uma organização” (Rabaça; Barbosa; 2001, p.376). Segundo Neiva (2013, p.282), a identidade visual “distingue de modo prontamente identificável determinada instituição, produto, promoção, etc.”.

A identidade visual do Informativo Digital Ambiental da Universidade Brasil (IDAUB), intitulado Vida Verde, é parte central da estratégia de fortalecimento institucional, ambiental e comunicacional do projeto. Sua concepção gráfica foi desenvolvida para refletir os princípios de clareza, acessibilidade, harmonia estética e compromisso socioambiental.

O conjunto cromático, por exemplo, adota as cores institucionais da Universidade Brasil, as quais conferem coerência visual e reforço de marca ao informativo, além da cor Verde Bandeira. Entre parênteses, apresenta-se o código da cor no sistema hexadecimal, os códigos representam, em forma numérica, a mesma combinação de vermelho, verde e azul do modelo RGB usada para definir cada cor nas telas. Eis abaixo as mencionadas cores:

- **Azul Plenitude** (#1C3960): tom institucional que transmite seriedade, confiabilidade e estabilidade, utilizado para fundos, títulos ou elementos de navegação visual.
- **Amarelo Sol** (#D99000): cor quente e vibrante, que transmite energia e dinamismo, utilizada para destaques e chamadas visuais. Também conata, em determinadas circunstâncias, ideias e valores relativos ao meio ambiente.
- **Verde Água** (#9FC29D): associado diretamente ao meio ambiente, sustentabilidade e à proposta editorial do informativo, sendo empregado em divisórias, ícones e elementos gráficos sutis.
- **Verde Bandeira** (#006400): embora não integre o manual de marca institucional da Universidade Brasil, esta cor foi adotada exclusivamente na construção do logotipo Vida Verde, por sua forte associação simbólica com a natureza, a vitalidade e o engajamento socioambiental. Seu uso ficará restrito à marca do informativo, preservando a coerência geral com a identidade visual institucional.

Figura 5: Cores principais utilizadas no informativo

Fonte: Elaborado pelo autor.

Importa esclarecer, desde agora, que o significado das cores (signos plásticos) não se trata de um atributo natural; pelo contrário, consiste numa construção que ocorre culturalmente, portanto, sempre com algum grau de arbitrariedade, de convencionalismo e de aspecto intencional, mesmo que estes se percam na noite dos tempos (Santaella; Nöth, 2008).

Por exemplo, a cor preta, na maior parte das nações ocidentais, simboliza “luto”. No oriente, é a cor branca que indica luto, especialmente em países como Japão, China e Índia. A cor vermelha, em determinadas situações, significa “perigo”; em outras, passa a representar “sexualidade”. Na cultura ocidental em que se insere a nossa, estabeleceu-se desde há muito tempo que a cor azul, amarela e, acima de tudo, o verde representam as cores da natureza. Nesse sentido, são considerados signos plásticos e são frequentemente empregados – por vezes estrategicamente - na comunicação dos brasileiros quando se deseja fazer alusões ao vigor, à diversidade, à e à frescor da natureza brasileira.

Já no que concerne à tipografia adotada no informativo, ela busca equilíbrio entre formalidade, legibilidade e modernidade. Foram selecionadas fontes versáteis, com ótima performance tanto em ambiente digital quanto impresso, distribuídas em tamanhos padronizados para títulos, intertítulos e corpo de texto, de modo a garantir conforto visual e consistência na leitura:

- **Raleway ExtraBold:** aplicada em títulos e chamadas visuais, por sua elegância, impacto e modernidade. Essa fonte sem serifa confere

presença e atratividade às manchetes, promovendo identidade e destaque visual aos elementos principais da edição.

- **Poppins Medium:** destinada a subtítulos e marcadores de seção, essa fonte combina simplicidade e sofisticação, com traços lineares que facilitam a leitura rápida e estruturada dos blocos temáticos.
- **Merriweather Light:** utilizada no corpo do texto, é uma fonte com serifa que proporciona excelente legibilidade em blocos de leitura contínua, promovendo conforto visual e fluidez textual. Quando houve a necessidade de ênfase em alguma palavra, o texto ficará em negrito, porém com a mesma tipografia.

Figura 6: Tipografia utilizada

Fonte: Elaborado pelo autor.

Seguindo os princípios da acessibilidade comunicacional, todos os textos serão apresentados, preferencialmente, na cor preta (#000000), por ser o padrão tradicional de leitura e oferecer o melhor contraste com fundos brancos, contribuindo diretamente para o conforto visual e a legibilidade. O uso de outras cores em textos será restrito a situações específicas, como sobreposições em fundos escuros ou elementos gráficos complementares, sempre respeitando o equilíbrio visual e a hierarquia da informação.

O desenvolvimento gráfico será realizado por meio dos softwares Adobe Illustrator 2026 e Adobe Photoshop 2026, garantindo qualidade, compatibilidade com as diretrizes institucionais e flexibilidade para ajustes futuros. O material será finalizado em formato PDF, de fácil acesso e impressão, com distribuição gratuita e irrestrita.

Além da estética, a identidade visual será funcional. O uso de grids editoriais, hierarquia tipográfica, margens simétricas e espaços de respiro entre os elementos visa proporcionar conforto visual e fluidez de leitura.

Segundo Ambrose e Harris (2011), os grids editoriais consistem em uma malha invisível que organiza os elementos gráficos em uma página, fornecendo estrutura e alinhamento consistentes, o que facilita a leitura e a organização do conteúdo. A hierarquia tipográfica, por sua vez, refere-se à organização visual do texto com base em tamanho, peso e posição da fonte, permitindo ao leitor distinguir o que é mais importante e navegar melhor pela informação.

As margens simétricas garantem equilíbrio visual nas páginas, criando áreas de resguardo ao redor do conteúdo e contribuindo para uma composição harmônica. Já os chamados espaços de respiro (ou espaços em branco) são áreas intencionalmente vazias ao redor de elementos gráficos e textuais, que permitem que o olhar do leitor “descanse” e contribuem para uma estética mais leve e eficiente.

Elementos como ícones, marcadores e barras de separação complementarão esse sistema, auxiliando na organização das seções e mantendo coesão entre o conteúdo textual e os elementos gráficos, em consonância com os princípios do design gráfico editorial contemporâneo.

O informativo Vida Verde adotará o formato padrão A4 (210 mm × 297 mm) para todas as páginas. Essa decisão está alinhada às práticas recomendadas no design editorial, que valorizam a padronização como recurso para garantir consistência e previsibilidade na aplicação do layout. Segundo Ambrose e Harris (2011), formatos consagrados oferecem uma base estável para a organização do conteúdo e para a aplicação coerente de grids e hierarquia tipográfica, facilitando tanto a criação quanto a leitura.

O formato A4 também se destaca pela versatilidade: além de ser amplamente utilizado em impressões e documentos institucionais, apresenta excelente adaptabilidade à leitura digital. Sua proporção permite um redimensionamento eficiente em diferentes dispositivos, como tablets e celulares, minimizando distorções e preservando o conforto visual. Essa característica é essencial para o IDAUB, garantindo acessibilidade e usabilidade em múltiplas plataformas.

A proposta é que, ao longo das edições, a identidade visual do Vida Verde se consolide como símbolo de um projeto reconhecido pela comunidade acadêmica por seu compromisso ambiental, informativo e educativo, além de apresentar uma experiência estética agradável.

5.4 Temática e seções

O informativo Vida Verde é, no fundamental, estruturado com base em uma proposta temática de inspiração interdisciplinar, crítica e educativa, orientada pelos princípios da comunicação ambiental e da educação para a sustentabilidade.
Cada edição do IDAUB apresenta um motivo central, escolhido, forçosamente, no quadro mais amplo da temática verde e de assuntos que promovam a reflexão socioambiental, sendo, direta ou indiretamente, relevantes no contexto local, regional ou global, com ênfase em assuntos que, também, dialoguem com a realidade universitária e promovam a reflexão sobre sua responsabilidade socioambiental.

Dessa forma, o Vida Verde adota a dialética local e universal, que é um dos sustentáculos da educação ambiental crítica. A transformação promovida pela educação ambiental crítica passa por uma conscientização que ultrapassa a feição individual da reflexão e da ação, apresentando-se como um edifício coletivo ao mesmo tempo local e global. Assim, os leitores do informativo serão informados ao mesmo tempo sobre questões socioambientais atinentes ao campus universitário, mas, igualmente, ao que se passa fora dele e nele repercute.

A seleção das temáticas socioambientais é pautada por critérios como atualidade, interesse público, pertinência acadêmica e científica, potencial mobilizador da população, relevância política, econômica e social. Entre os temas recorrentes estão: mudanças climáticas, consumo consciente, biodiversidade, recursos hídricos, resíduos sólidos, meio ambiente do trabalho, energias renováveis, mobilidade urbana, justiça ambiental, comunicação ambiental, marketing ambiental, educação ambiental, políticas públicas ambientais, saúde ambiental, agroecologia, entre outros, que, de algum forma, dialoguem com a realidade vivenciado no campus da UB. Desnecessário salientar que merecerão espaço especial as contribuições originárias de pesquisas da UB para o campo das ciências ambientais em geral.

Conforme já mencionado, a organização editorial do informativo procura seguir uma estrutura composicional fixa, garantindo coesão e coerência entre as edições e promovendo familiaridade ao leitor, criando, ao fim e ao cabo, uma identidade visual e semântica para o órgão informativo. As seções permanentes são listadas a seguir:

- **Editorial:** Artigo que apresenta o ponto de vista e a linha editorial da publicação a respeito do tema da edição. Geralmente é redigido pelo editor-chefe do

veículo de comunicação, mas não é assinado, o que o faz adquirir uma feição impessoal. Texto que representa a opinião do jornal, revista, informativo como um todo, mas que não é assinado (Neiva, 2013; Rabaça; Barbosa, 2001).

- **Reportagem Especial:** matéria de destaque que explora o tema central da edição com maior profundidade, grau de apuração dos fatos e fundamentação científica. A linguagem, embora possa ser marcada por um ou outro termo técnico, prossegue acessível ao presumido pela publicação.
- **Coluna de Opinião:** seção especializada para manifestação crítica de professores, estudantes, servidores da Universidade Brasil ou convidados de fora da instituição sobre questões ambientais, sociais e educacionais. A coluna de opinião, por ser assinada, é redigida em estilo mais livre e pessoal do que o editorial (Rabaça; Barbosa, 2001).
- **Entrevista:** Seção destinada ao diálogo com especialistas, lideranças comunitárias, pesquisadores ou estudantes envolvidos com ações e projetos de relevância socioambiental e que tenham relação, de preferência, com a Universidade Brasil.
- **Charge ou Ilustração Crítica:** Espaço destinado a publicar eventuais contribuições de chargistas da Universidade Brasil ou de Fernandópolis com lustrações que fomentem a reflexão e a sensibilização socioambientais por meio da arte e do humor crítico.
- **Agenda Verde:** seção informativa com datas ambientais relevantes, eventos acadêmicos e campanhas promovidas pela Universidade Brasil ou instituições parceiras.
- **Boletim de Projetos e Iniciativas:** espaço dedicado à divulgação de pesquisas, atividades de extensão, ações coletivas e projetos desenvolvidos no campus Fernandópolis ou em outros núcleos da UB.
- **Palavra da Reitoria:** seção destinada à manifestação da reitoria da UB a respeito de questões ambientais tanto locais quanto globais.
- **Dicas:** local reservado a publicar sugestões de filmes, livros, peças de teatro, programas de TV que tratem de questões socioambientais de forma crítica.

Importante destacar que a estrutura do informativo permite, ainda, a inclusão de seções temporárias ou especiais conforme a demanda editorial e o engajamento da

comunidade acadêmica, como carta de leitores, indicações culturais ou relatos de experiências. Essa flexibilidade editorial visa manter o IDAUB como um canal dinâmico, plural e conectado aos valores institucionais e às transformações do cenário socioambiental.

Figura 7: Exemplo simulado de layout do informativo

VIDA VERDE

SAIBA MAIS

Ano I - Nº 0 - 3º Trimestre de 2025

Informativo Vida Verde é lançado na UB

Publicação trimestral fortalece a comunicação ambiental e amplia o engajamento da comunidade acadêmica no Campus Fernandópolis.

A Universidade Brasil, Campus Fernandópolis lança o **Vida Verde,** um jornal digital concebido para ser referência em comunicação ambiental dentro da instituição. Mais do que um veículo informativo, ele se estabelece como um espaço educativo, de reflexão crítica e de mobilização social. A proposta é tornar visíveis as ações ambientais que já acontecem no campus, estimular novos projetos e fortalecer a formação cidadã dos estudantes, docentes e colaboradores. Nesse sentido, o Vida Verde não é apenas uma publicação periódica, mas um recurso pedagógico que alia ciência, comunicação e sustentabilidade.

Um espaço para a comunidade acadêmica

A criação do Vida Verde parte da compreensão de que a comunicação é um instrumento estratégico de transformação social e conscientização. O informativo foi pensado para valorizar a produção acadêmica e científica, mas também para registrar e difundir experiências práticas, vivências em sala de aula e atividades extensionistas que dialoguem com a realidade ambiental da cidade e região.

Campus de Fernandópolis/SP da Universidade Brasil.

Ao abrir este espaço para a participação de alunos, professores e colaboradores, o Vida Verde assume um caráter colaborativo e democrático. Cada edição contará com colunas de opinião, entrevistas e relatos que reforçam o protagonismo da comunidade acadêmica no enfrentamento dos desafios socioambientais. Assim, o informativo se torna um canal de expressão, onde diferentes vozes podem contribuir para a construção de uma universidade mais consciente e comprometida com o futuro.

Sustentabilidade em pauta

Os temas vão além de simples notícias: eles buscam criar um vínculo direto entre conhecimento e prática. A primeira edição apresenta uma reportagem especial sobre a implantação de uma horta comunitária no campus, destacando não apenas a produção de alimentos saudáveis, mas também os impactos pedagógicos desse projeto, que envolve estudantes de diferentes cursos em atividades de manejo sustentável e integração social.

Outro destaque é a cobertura de iniciativas de reciclagem, com depoimentos de alunos e técnicos que mostram como pequenas ações diárias, como a separação correta de resíduos, podem gerar resultados expressivos em termos de redução de impactos ambientais.

Disponibilidade e acesso

O informativo será distribuído em versão digital gratuita e de fácil acesso. Todas as edições estarão disponíveis no site da UB. Para ampliar a divulgação, cartazes com QR Codes serão instalados em locais de grande circulação do campus. Assim, qualquer membro da comunidade poderá acessar o conteúdo diretamente pelo celular ou tablet.

As redes sociais da UB também serão canais estratégicos de difusão, com chamadas, destaques e convites à participação. A estratégia amplia a visibilidade do informativo, alcançando não apenas o público interno, mas também parceiros e a comunidade externa. O objetivo é consolidar o Vida Verde como publicação que ultrapassa os muros da universidade e se torna referência de boas práticas ambientais na região.

Educação Ambiental aproxima teoria e prática

Atividades interdisciplinares incentivam reflexão crítica e envolvimento dos estudantes em ações coletivas.

A educação ambiental tem se consolidado como eixo fundamental nas atividades desenvolvidas pela universidade. Por meio de projetos interdisciplinares, os estudantes têm a oportunidade de aplicar o conhecimento adquirido em sala de aula em práticas concretas, como oficinas, palestras e campanhas de sensibilização.

Essas experiências não apenas fortalecem o aprendizado, mas também ampliam a consciência ambiental e o senso de responsabilidade social. Ao estimular o engajamento em causas coletivas, a instituição reafirma seu papel como formadora de profissionais comprometidos com a sustentabilidade.

Além disso, a integração da educação ambiental às práticas acadêmicas contribui para a formação de cidadãos críticos e atuantes, capazes de compreender as complexas interações entre sociedade, economia e meio ambiente.

Essa perspectiva amplia a relevância das ações universitárias, conectando os saberes produzidos no campus às demandas reais da comunidade e fortalecendo a cultura de responsabilidade socioambiental.

Comunidade fortalece ações de sustentabilidade

Projetos e práticas ambientais ganham espaço no cotidiano do campus, incentivando a mudança de hábitos.

O campus de Fernandópolis da UB tem ampliado o número de iniciativas voltadas à sustentabilidade. Entre elas, destacam-se campanhas de conscientização, atividades de extensão e projetos de pesquisa aplicados, que buscam reduzir impactos ambientais e estimular a adoção de práticas mais responsáveis pela comunidade acadêmica.

A cada semestre, novas propostas são incorporadas ao calendário institucional, com a participação ativa de alunos, professores e colaboradores. Essa integração fortalece a formação cidadã e reforça o compromisso da universidade com a sustentabilidade.

Alunos de Agronomia realizam plantio em horta comunitária do campus.

Fonte: elaborado pelo autor no Adobe Illustrator (2026)

5.5 Periodicidade

O informativo digital ambiental Vida Verde terá periodicidade trimestral, totalizando quatro edições por ano. Essa frequência foi escolhida com base em critérios operacionais, editoriais e pedagógicos, de modo a permitir a curadoria de conteúdos de qualidade, o planejamento estratégico das pautas e a participação efetiva da comunidade acadêmica no processo de produção. Uma periodicidade mensal ou bimensal, por exemplo, tornaria praticamente inviáveis a pesquisa e a recolha de material inédito suficiente para elaborar novos números, além de não oferecer tempo suficiente para que o informativo fosse devidamente lido, interpretado, assimilado e discutido, reverberando criticamente entre leitores.

A distribuição trimestral também favorece a integração com o calendário letivo da Universidade Brasil – Campus Fernandópolis -, possibilitando que o informativo acompanhe os principais acontecimentos, campanhas institucionais, eventos ambientais e atividades pedagógicas realizadas ao longo do ano.

Essa periodicidade contribui para a consolidação de uma cultura de comunicação ambiental contínua e sustentável, respeitando a capacidade de produção da equipe editorial e garantindo o tempo necessário para o desenvolvimento de conteúdos relevantes, bem fundamentados e com apelo visual e comunicativo consistente.

Além disso, a natureza digital do informativo permite que, eventualmente, edições especiais possam ser publicadas fora do cronograma regular, em caso de eventos relevantes ou campanhas emergenciais relacionadas ao meio ambiente e à sustentabilidade.

5.6 Colaboradores e funções

A equipe editorial do informativo Vida Verde será composta por colaboradores internos da Universidade Brasil – Campus Fernandópolis –, com envolvimento prioritário de docentes, discentes, técnicos administrativos e profissionais convidados com atuação na área ambiental ou comunicacional. O trabalho será voluntário. A eventual contratação de serviços pagos deverá passar pelo crivo do Conselho Editorial e, decidida em derradeira instância, pela Reitoria da Universidade Brasil (UB).

A composição dos colaboradores será flexível, podendo ser ajustada conforme a demanda de cada edição.

Uma mesma pessoa poderá acumular uma ou mais funções quando necessário, desde que respeitadas suas habilidades, conhecimentos técnicos e disponibilidade. As funções estão distribuídas da seguinte forma:

- **Editor-Chefe:** Pessoa responsável pelo conjunto dos trabalhos de edição e coordenação geral do Informativo, representando-o junto ao reitor, junto à comunidade acadêmica e a sociedade em geral.
- **Conselho Editorial** – Responsável pela supervisão geral do projeto editorial, pela aprovação de conteúdo e pela garantia do alinhamento institucional e pedagógico da publicação. Tem função normativa, consultiva e deliberativa. É um órgão que apoia o editor-chefe
- **Redação e Reportagem** – Profissionais que fazem a produção dos textos jornalísticos, entrevistas, colunas e reportagens especiais.
- **Revisão e Normalização** – Pessoas às quais cabem a verificação ortográfica, gramatical e a adequação às normas editoriais e linguísticas.
- **Diagramação e Design Gráfico** – Desenvolvimento visual das edições, aplicação da identidade visual, uso de tipografias e recursos gráficos.
- **Gestão de Mídias e Divulgação** – Responsável pela visibilidade e difusão do informativo no Portal da IES, redes sociais, QR Codes e demais canais.
- **Colaboradores Eventuais** – Alunos, professores e membros da comunidade que contribuírem com artigos, ilustrações, cartas e entrevistas.

Assim esquematizado, esse modelo colaborativo promove a interdisciplinaridade, o protagonismo estudantil e o fortalecimento da cultura de comunicação ambiental crítica.

5.7 Procedimentos contra *fake news*

Em consonância com a perspectiva da educação ambiental crítica discutida nos referenciais teóricos, o informativo Vida Verde assume o compromisso de atuar como contraponto às *fake news* e à pós-verdade, que afetam o debate socioambiental contemporâneo. Para isso, as matérias serão produzidas com base em fontes

científicas reconhecidas, documentos oficiais e entrevistas com especialistas, priorizando a transparência na indicação das referências consultadas.

A política editorial do Informativo prevê que toda informação divulgada seja previamente verificada e referenciada, especialmente quando relacionada a dados científicos, estatísticas ambientais ou diretrizes institucionais ou que estejam no cerne de polêmicas políticas. O compromisso com a fidedignidade da informação é um pilar inegociável do IDAUB, reforçando a credibilidade do veículo perante a comunidade acadêmica e o público geral.

Segundo Gomes, Penna e Arroio (2020), o avanço das notícias falsas com aparência científica representa um grave risco à construção de saberes e à confiança social no conhecimento produzido academicamente. Os autores destacam que essas *fake news científicas* possuem forte apelo emocional e são estrategicamente formatadas para persuadir, manipulando o senso comum e dificultando o pensamento crítico. Por isso, o informativo não apenas se compromete com a divulgação responsável, como também com a formação crítica de seus leitores.

Nesse sentido, serão implementadas as seguintes ações:

- Verificação sistemática de fontes e dados por parte da equipe editorial antes da publicação de qualquer conteúdo informativo;
- Indicação de referências confiáveis em todas as matérias que abordarem temas científicos ou controversos;
- Estímulo à leitura crítica por meio de seções específicas que esclareçam mitos comuns e distorções frequentes sobre meio ambiente e sustentabilidade;
- Promoção do letramento científico e midiático entre os membros da comunidade universitária, por meio de parcerias com docentes, extensionistas e projetos interdisciplinares de cursos e oficinas.

Conforme alertam os autores atrás mencionados, combater a desinformação exige mais do que negar conteúdos falsos: é necessário criar uma cultura de pensamento reflexivo, compreensão das bases do conhecimento científico e valorização do debate público qualificado (Gomes; Penna; Arroio, 2020). O IDAUB se insere nesse esforço educativo, assumindo o papel de mediador confiável no ecossistema informacional da universidade.

5.8 Sustentabilidade financeira e exequibilidade operacional

A sustentabilidade financeira e a viabilidade operacional do informativo digital ambiental da Universidade Brasil (IDAUB) estão fundamentadas na racionalização de recursos institucionais já disponíveis, na articulação intersetorial e no fortalecimento de práticas colaborativas entre os diversos atores da comunidade acadêmica. Trata-se de uma proposta de baixo custo e alta eficiência, cujo modelo de gestão privilegia a digitalização, o voluntariado técnico e a integração com ações pedagógicas e extensionistas.

Inicialmente, a produção editorial, a diagramação e a divulgação serão realizadas com apoio de ferramentas já disponíveis nos setores acadêmico-administrativos da Universidade Brasil – Campus Fernandópolis -, como os softwares Adobe Illustrator, Photoshop, Microsoft Word e Excel, sem a necessidade de contratação de plataformas ou licenças adicionais. A publicação ocorrerá exclusivamente em formato digital (PDF), o que elimina despesas com impressão, logística e distribuição física, além de ampliar o alcance e a acessibilidade do conteúdo por meio do Portal da Universidade, redes sociais institucionais e QR Codes fixados em locais estratégicos do campus.

A mão de obra será composta por uma equipe editorial colaborativa e multidisciplinar, formada por servidores técnico-administrativos, professores, estagiários e estudantes voluntários, especialmente aqueles vinculados a projetos de extensão, pesquisa ou programas acadêmicos nas áreas de Comunicação, Educação Ambiental, Letras e Tecnologia. Esta composição favorece a interdisciplinaridade, reduz custos operacionais e fortalece a dimensão formativa do projeto.

A continuidade e a autonomia do IDAUB poderão ser garantidas por meio da institucionalização da iniciativa como projeto de extensão ou como parte de um programa permanente de educação ambiental da universidade. Além disso, admite-se a possibilidade de apoio pontual da Reitoria ou de empresas parceiras em edições especiais, desde que observados os princípios éticos e a identidade institucional da Universidade Brasil. Inserções de publicidade institucional, quando pertinentes, poderão ser consideradas de forma planejada e limitada, sempre com caráter informativo e educativo.

Com essa estrutura, o informativo se torna financeiramente viável e operacionalmente exequível, mesmo em contextos de restrição orçamentária,

mantendo a qualidade editorial, a coerência comunicacional e o compromisso com a formação cidadã e ambiental de seus leitores.

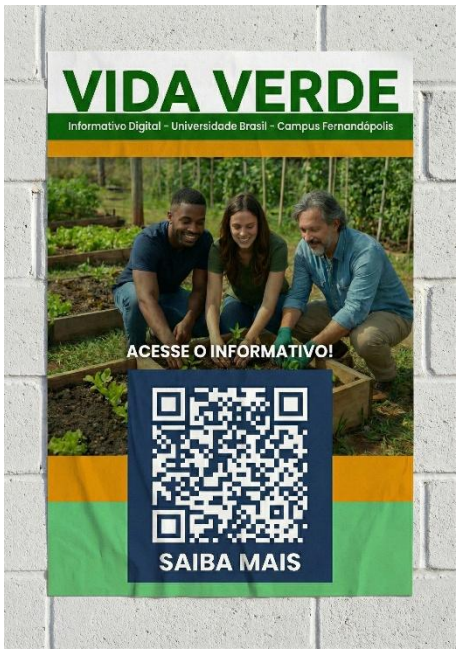
5.9 Canais de divulgação

Com o objetivo de maximizar o alcance do informativo Vida Verde, foram planejados diversos canais de divulgação que contemplam tanto o ambiente digital quanto a presença física no campus, ainda que não haja previsão de versões impressas.

O informativo será disponibilizado gratuitamente no Portal da Universidade Brasil, na seção de Comunicação Institucional ou Sustentabilidade (a depender de aprovação da Reitoria). Essa plataforma online institucional proporcionará visibilidade e facilitará o acesso público, permitindo download direto da publicação em formato PDF.

Além disso, serão produzidos cartazes digitais e físicos com QR Codes estrategicamente posicionados nas áreas de maior circulação do campus de Fernandópolis, como salas de aula, corredores, biblioteca, cantina e secretaria. Esses cartazes terão layout padronizado com a identidade visual do informativo, facilitando a associação imediata com o projeto Vida Verde.

Figura 8: Cartaz com QR Code de divulgação do Vida Verde



Fonte: simulação elaborada com auxilia da inteligência artificial

As redes sociais institucionais da UB também serão canais essenciais para promoção do informativo. Postagens no Instagram, Facebook, X (antigo Twitter), LinkedIn e WhatsApp institucional incluirão teasers, destaques de cada edição, convites à leitura e enquetes para sugestões de temas. Essa estratégia contribui não apenas para a divulgação, mas também para o envolvimento do público.

Figura 9: Publicação nas redes sociais da UB

Fonte: simulação elaborada com auxilia da inteligência artificial

Adicionalmente, a comunidade acadêmica será incentivada a compartilhar os conteúdos em suas redes pessoais e grupos de trabalho, criando uma rede colaborativa de comunicação ambiental e ampliando o alcance para além dos muros institucionais.

5.10 Políticas de desenvolvimento e sustentabilidade

O informativo Vida Verde adota como princípio norteador o compromisso com a sustentabilidade em todas as etapas de sua concepção, produção e distribuição. As políticas de desenvolvimento e sustentabilidade associadas ao projeto buscam garantir que o informativo seja não apenas um veículo de disseminação de

conhecimento ambiental, mas também um exemplo prático de coerência entre discurso e prática.

Nesse sentido, as diretrizes estabelecidas consideram os seguintes aspectos:

- **Sustentabilidade Material:** não há previsão de impressão física das edições, priorizando a circulação exclusivamente digital. Essa medida evita o consumo de papel, tinta e outros insumos, contribuindo para a redução da pegada ecológica institucional.
- **Sustentabilidade Energética e Tecnológica:** os softwares utilizados (Adobe Illustrator, Photoshop, Word e Excel) são instalados em computadores institucionais já em operação, sem necessidade de aquisição de equipamentos adicionais. A produção será feita durante a jornada regular dos colaboradores, evitando consumo extraordinário de energia elétrica.
- **Atualização Contínua e Longevidade:** o projeto está estruturado para ser tecnicamente viável e financeiramente exequível ao longo do tempo. As edições poderão ser arquivadas e consultadas posteriormente, criando um acervo institucional de práticas, reflexões e ações ambientais promovidas pela comunidade universitária.
- **Aproveitamento de Recursos Humanos Existentes:** a elaboração do informativo será integrada às atividades já desempenhadas por docentes, estudantes, técnicos e bolsistas da área de Comunicação e Sustentabilidade, evitando a criação de novas demandas orçamentárias ou contratação de pessoal.
- **Promoção da Cultura de Sustentabilidade:** além de informar, o Vida Verde buscará engajar seus leitores em hábitos e práticas sustentáveis por meio de exemplos reais, campanhas de conscientização e valorização de iniciativas locais. Dessa forma, contribui para consolidar uma cultura institucional ambientalmente, socialmente e economicamente sustentáveis.

As políticas adotadas posicionam o informativo Vida Verde como uma iniciativa alinhada aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), em especial os relacionados à educação de qualidade (ODS 4), à ação contra a mudança global do clima (ODS 13); à cultura da paz, da justiça e instituições eficazes (ODS 16), ao

promover o acesso à informação, a participação cidadã e a transparência universitária, bem como o desenvolvimento de temáticas que tratam de assuntos que conduzam a uma existência humanamente mais igualitária.

5.11 Canais com a comunidade acadêmica

O informativo Vida Verde será concebido como uma via de mão dupla entre a equipe editorial e a comunidade acadêmica da Universidade Brasil – Campus Fernandópolis, priorizando a escuta ativa, a participação colaborativa e o fortalecimento da cultura institucional de comunicação democrática.

Para tanto, serão implementados canais específicos de diálogo, sugestões e contribuições, visando à constante melhoria do conteúdo editorial e ao fortalecimento do sentimento de pertencimento dos discentes, docentes e técnicos administrativos.

Entre os canais planejados destacam-se:

- **Formulário digital permanente**: criado utilizando o *Microsoft Forms*. Solução já disponível aos colaboradores da IES, o formulário permitirá o envio contínuo de sugestões de pauta, comentários, críticas construtivas, denúncias ambientais e propostas de colaborações autorais.
- **Interação por redes sociais**: enquetes, caixas de perguntas e convites à colaboração serão veiculados periodicamente pelos perfis oficiais da Universidade nas plataformas Instagram, Facebook e WhatsApp Business, incentivando o engajamento espontâneo.
- **Espaço "Mensagem do Leitor"**: seção opcional dentro do informativo para publicação de mensagens enviadas por alunos, professores ou funcionários, valorizando a diversidade de perspectivas e a liberdade de expressão responsável.

Esses canais reforçam o compromisso do projeto com uma comunicação ambiental dialógica, acessível e comprometida com os valores democráticos, conforme defendido por autores como Berna (2010) e Bueno (2007), que apontam a importância da participação coletiva na construção de uma cultura de sustentabilidade.

5.12 Edição piloto do informativo Vida Verde

O piloto do informativo digital Vida Verde materializa, em termos gráficos e editoriais, os princípios teóricos, metodológicos e políticos discutidos ao longo desta dissertação, funcionando como exemplo aplicado de comunicação e educação ambiental crítica voltada à comunidade acadêmica da Universidade Brasil. Trata-se de um jornal digital de circulação trimestral, com distribuição gratuita, linguagem formal simples, identidade visual alinhada à marca institucional e foco em temáticas socioambientais de relevância local, regional e global.

Em sua versão piloto, o Vida Verde apresenta seções fixas, como editorial, reportagem principal, entrevista, coluna de opinião, dicas sustentáveis e indicações de leitura, articulando informação qualificada, reflexão crítica e estímulo à participação cidadã. A diagramação combina blocos de textos sintéticos e recursos imagéticos (fotografias, ícones e elementos gráficos), integrando palavra e imagem, razão e emoção, o que favorece a legibilidade e o apelo estético do material.

Do ponto de vista da educação ambiental, o piloto adota a vertente crítica, relacionando problemas ambientais a dimensões históricas, sociais, econômicas e políticas, evitando enfoques meramente moralistas, pontuais ou comportamentalistas. Os textos questionam modelos de desenvolvimento, padrões de consumo, injustiças socioambientais e desinformação, incentivando o leitor a assumir postura ativa na defesa do meio ambiente e na construção da sustentabilidade.

No âmbito da comunicação ambiental, o informativo assume postura engajada, recusando a neutralidade e comprometendo-se com informações científicas confiáveis, bem como com o combate às fake news e ao regime da pós-verdade nas questões ambientais. O piloto reúne estratégias discursivas e visuais que aproximam o público do debate ambiental qualificado, reforçando a responsabilidade social da Universidade como instituição formadora de opinião e de multiplicadores de conhecimento.

Visualmente, o Vida Verde utiliza paleta cromática baseada nas cores institucionais da Universidade Brasil, acrescida do Verde Bandeira, e tipografias que asseguram clareza, legibilidade e coerência com o projeto gráfico definido no subitem 5.3 desta dissertação. O layout pauta-se por grids editoriais, hierarquia tipográfica e espaços de respiro, conferindo ao protótipo aparência organizada, contemporânea e adequada aos meios digitais, preservando a possibilidade de impressão em formato

A4. As figuras a seguir apresentam, de forma exemplificativa, a composição visual e textual do piloto do informativo Vida Verde, permitindo visão de conjunto de sua proposta editorial e gráfica:

Figura 10 – Capa da edição piloto do informativo digital Vida Verde

VIDA VERDE

SAIBA MAIS

Fernandópolis/SP - Ano I - Nº 0 - 4º Trimestre de 2025

Fechamento da Edição: 18/12/2025

A Universidade como Polo de Transformação Socioambiental

Nasce o Vida Verde: Informação, ciência e consciência ecológica no noroeste paulista.

Ao contemplar a insfraestrutura da Universidade Brasil nesta edição inaugural, convidamos o leitor a uma reflexão sobre o papel das instituições de ensino no século XXI. Mais do que formar profissionais, o Campus Fernandópolis assume, através do projeto Vida Verde, a missão crítica de formar cidadãos conscientes da realidade ecológica que nos cerca. O cenário de "ebulição global" exige que as universidades deixem de ser torres de marfim para se tornarem centros operacionais de soluções ambientais.

Esta Edição nº 0 marca o início de uma nova cultura institucional. Aqui, entendemos que o meio ambiente não é uma disciplina isolada, mas o contexto onde todas as outras atividades ocorrem. Seja na gestão de resíduos dos laboratórios de saúde, na eficiência energética das nossas instalações ou nas pesquisas de campo desenvolvidas pelo corpo docente, a sustentabilidade deve ser o norte. O Vida Verde surge para documentar, incentivar e amplificar essas ações, servindo como uma ponte entre o conhecimento acadêmico rigoroso e as necessidades urgentes da nossa região.

O noroeste paulista é um microcosmo dos desafios globais: precisamos equilibrar

Campus de Fernandópolis/SP da Universidade Brasil.

desenvolvimento econômico com preservação de recursos hídricos e biodiversidade. A Universidade Brasil posiciona-se como protagonista neste debate. Através deste informativo, daremos visibilidade a projetos que muitas vezes permanecem restritos aos anais acadêmicos, mas que possuem potencial transformador imediato. Queremos demonstrar que cada um dos nossos alunos, independentemente de sua área de formação, possui ferramentas para atuar positivamente no ecossistema. Esta capa simboliza a abertura de nossas portas para uma gestão transparente e ecologicamente orientada. O convite está feito: explore nas próximas páginas como estamos unindo ciência, tecnologia e humanismo para garantir que o futuro do nosso campus e do nosso planeta seja, de fato, verde e sustentável.

UNIVERSIDADE BRASIL

Acesse ub.edu.br

Por que um informativo ambiental?

Impacto da 'ebulição global' em nossa região.

O lançamento do Vida Verde estabelece um posicionamento estratégico, indo além da simples comunicação institucional. Ele atua como um vetor crucial de Educação Ambiental em um momento crítico da história. Diante da emergência climática, a universidade deve transcender a teoria e liderar a tradução da ciência em consciência coletiva. Este canal busca alinhar toda a comunidade acadêmica às diretrizes globais de sustentabilidade, fomentando o pensamento crítico indispensável para solucionar os complexos desafios ecológicos atuais e promover mudanças comportamentais definitivas no campus.

A era da "ebulição global" impõe uma realidade severa ao noroeste paulista, exigindo atenção imediata de todos os setores. O aumento drástico das temperaturas não é um evento isolado; ele compromete diretamente a saúde pública, desestabiliza a agricultura e afeta a economia regional. Discutimos aqui como esse fenômeno demanda adaptações estruturais rápidas na universidade e na rotina acadêmica. É imperativo mitigar os danos dos extremos climáticos para proteger a comunidade e preservar os recursos hídricos e energéticos disponíveis.

Fonte: elaborado pelo autor

Figura 11 – Página 2 com reportagem e elementos gráficos da edição piloto do informativo Vida Verde

Alunos do Curso de Agronomia, realizam projeto junto as escolas públicas para reflorestamento das margens da represa do Beira-Rio.

Projeto de Extensão do curso de Medicina, realiza palestra para alunos da rede pública de Ouroeste/SP, sobre a importância do Meio Ambiente para a saúde.

Editorial

Um novo espaço para um novo tempo: O papel da Universidade na Transformação Socioambiental

Roberto Almeidas Santos

É com imensa satisfação que entregamos à comunidade da Universidade Brasil o projeto-piloto do Vida Verde. Este informativo nasce da urgência do nosso tempo e da certeza de que a universidade possui um papel insubstituível na construção de um futuro viável. No campus de Fernandópolis, decidimos que não seremos apenas espectadores das mudanças globais, mas agentes ativos de transformação local.

O cenário atual é complexo. A transição da "mudança" para a "ebulição global" exige que repensemos nossos modos de produção, consumo e convivência. No noroeste paulista, região de potência agrícola e biodiversidade ameaçada, os desafios são prementes. O Vida Verde surge para conectar esses pontos, traduzindo o debate global para a nossa realidade e demonstrando como a ciência produzida aqui pode oferecer soluções concretas.

Nossa linha editorial se pauta na Educação Ambiental Crítica. Isso significa que não nos contentaremos com diagnósticos superficiais. Buscaremos entender as causas estruturais dos problemas ambientais, sempre relacionando-as às dinâmicas sociais e econômicas. Nosso compromisso é contra o negacionismo científico e a favor da informação de qualidade que empodera a cidadania.

Acreditamos que a formação universitária de excelência no século XXI deve, obrigatoriamente, incluir a competência socioambiental. Seja na saúde, nas exatas ou nas humanas, o profissional do futuro precisa ser um "alfabetizado ecológico". O Vida Verde quer ser a vitrine das ações de ensino, pesquisa e extensão que já caminham nessa direção em nossa instituição, celebrando as boas práticas e provocando novas reflexões.

Esta primeira edição é apenas o começo de uma conversa necessária e contínua. Este informativo não é um monólogo da equipe editorial, mas um convite aberto ao diálogo. Precisamos das vozes dos alunos, da experiência dos docentes e da vivência dos colaboradores. Ajudem-nos a moldar o Vida Verde.

Palavra da Reitora

Inovação e Sustentabilidade: Nossa Nova Fronteira

Bárbara Izabela Costa

O lançamento oficial do informativo Vida Verde transcende a simples criação de um canal de comunicação interna; ele simboliza um marco estratégico decisivo e necessário para a Universidade Brasil no campus Fernandópolis. Ao consolidar nossa adesão prática aos princípios ESG e aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da ONU, reafirmamos que a missão da universidade contemporânea ultrapassa os limites físicos da sala de aula: ela deve permear a gestão administrativa e impactar positivamente, de forma tangível e duradoura, todo o ecossistema regional onde estamos inseridos.

Cremos firmemente que a inovação no século XXI é, obrigatoriamente, sustentável. Acolhemos esta iniciativa com total vigor, pois ela reflete nossa visão institucional de formar profissionais líderes que unam excelência técnica à "alfabetização ecológica", uma competência vital para um mercado global cada vez mais exigente e consciente. Nossos egressos devem atuar como verdadeiros agentes de transformação, aptos a solucionar desafios complexos e sistêmicos, integrando desenvolvimento econômico robusto e preservação ambiental responsável.

Reitora realiza plantio de Ipê.

Este informativo será como um observatório de boas práticas e um laboratório vivo de novas ideias, projetando a visibilidade da nossa ciência, pesquisa e extensão acadêmica. Convidamos discentes, docentes e colaboradores a se apropriarem deste espaço. Que o Vida Verde catalise uma cultura onde o equilíbrio ambiental seja a base sólida e inegociável para o legado de progresso humano e ético que almejamos construir juntos nesta importante jornada.

Fonte: elaborado pelo autor

Figura 12 – Página 3 com reportagem e elementos gráficos da edição piloto do informativo Vida Verde

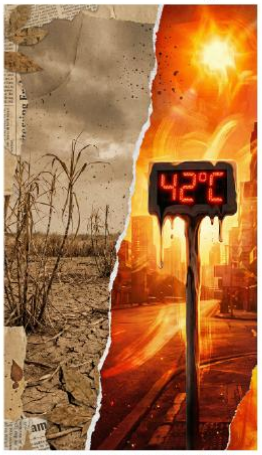
Página 3 VIDA VERDE Ano I - Nº 0 - 4º Trimestre de 2025

O Papel da Universidade na Era da Ebulição Global

Como a comunidade acadêmica de Fernandópolis pode atuar na mitigação dos impactos ambientais locais e globais.

A era do aquecimento global acabou; a era da ebulição global chegou". A declaração contundente de António Guterres, secretário-geral da ONU, transcende o mero alerta retórico; trata-se de um diagnóstico preciso, urgente e inadiável da nova realidade climática que o planeta enfrenta. Não estamos mais lidando apenas com projeções estatísticas distantes para o final do século. Deixamos definitivamente para trás o tempo das previsões para vivermos, no presente, o tempo das consequências imediatas, severas e, muitas vezes, irreversíveis. Diante dessa emergência civilizatória, como essa mudança drástica de terminologia afeta a rotina em Fernandópolis e redefine o papel estratégico e social da Universidade Brasil?

No noroeste paulista, o termo "ebulição" não é uma metáfora abstrata. A população sente na pele o aumento sufocante e progressivo das temperaturas médias, somado a uma irregularidade alarmante nos regimes de chuvas, onde estiagens prolongadas são intercaladas por tempestades violentas. Para uma região cuja economia pulsa através da agricultura e do agronegócio, essas alterações representam riscos sistêmicos profundos. A instabilidade climática ameaça a produtividade das lavouras, elevando os custos de produção e gerando insegurança alimentar e econômica tanto para pequenos agricultores quanto para grandes produtores. A escassez hídrica na Bacia do Turvo/Grande deixa de ser uma hipótese científica distante para se tornar uma ameaça constante e palpável ao abastecimento urbano e rural.



Os reflexos locais da crise global: agricultura e saúde pública sob pressão.

Ciência aplicada: estudantes da UB monitoram a qualidade dos recursos hídricos da região.

Além do impacto econômico direto, a saúde pública enfrenta novos e complexos desafios. O calor extremo atua como um "assassino silencioso", agravando condições cardiovasculares e respiratórias, especialmente em grupos vulneráveis como idosos e crianças, que já sofrem com a baixa umidade relativa do ar típica da região. Paralelamente, a alteração dos ecossistemas favorece a proliferação descontrolada de vetores de doenças tropicais, exigindo do sistema de saúde local uma vigilância epidemiológica redobrada, adaptada aos novos padrões climáticos e capaz de responder a surtos com agilidade e eficácia.

Diante deste cenário de urgência, a Universidade não pode se limitar ao papel de observador passivo ou restringir sua atuação a ações superficiais de marketing verde. O conceito tradicional de sustentabilidade, muitas vezes reduzido à separação de lixo reciclável ou campanhas pontuais — embora necessário — tornou-se insuficiente para a magnitude do problema atual. A proposta da Educação Ambiental Crítica, defendida em nosso campus, exige que questionemos as raízes estruturais da crise: o modelo de produção e consumo desenfreado que ignora os limites biofísicos do planeta. A universidade deve atuar como um "laboratório vivo", onde o conhecimento técnico de ponta se funde indissociavelmente à responsabilidade ética e política.

Já existem movimentos concretos e promissores nessa direção dentro da Universidade Brasil. Projetos de iniciação científica investigam desde o monitoramento rigoroso da qualidade dos recursos hídricos locais até o desenvolvimento de bioindicadores de poluição. Outras frentes de pesquisa propõem soluções arquitetônicas bioclimáticas para tornar os campi e as residências da região mais eficientes energeticamente, reduzindo a pegada de carbono e aumentando o conforto térmico da população sem depender excessivamente de ar-condicionado.

Contudo, o desafio final e mais transformador reside na integração curricular transversal e na formação de uma nova mentalidade profissional. A resposta à crise climática não virá de uma única disciplina isolada, mas da orquestração inteligente de saberes diversos. O engenheiro civil e o arquiteto formados aqui devem priorizar materiais de baixo impacto ambiental, projetar infraestruturas resilientes a eventos extremos e repensar o planejamento urbano para criar ilhas de frescor. Na área da saúde, médicos e enfermeiros devem estar aptos a diagnosticar e tratar doenças decorrentes do estresse térmico, compreendendo o conceito de "Saúde Planetária", onde o bem-estar humano depende intrinsecamente da saúde dos ecossistemas.

Para a nossa região, a Agronomia e a Medicina Veterinária desempenham papéis cruciais: esses profissionais devem liderar a transição para uma agricultura regenerativa, que sequestre carbono no solo em vez de emiti-lo, e garantir o bem-estar animal diante das ondas de calor. O advogado precisa dominar a legislação ambiental e climática para defender o direito difuso ao meio ambiente ecologicamente equilibrado e atuar na mediação de conflitos hídricos, cada vez mais frequentes. E, fundamentalmente, o pedagogo deve saber como introduzir a alfabetização ecológica nas escolas de base, formando cidadãos que compreendam os ciclos da natureza não como recursos infinitos, mas como sistemas vitais que exigem cuidado.

Não estamos apenas formando profissionais técnicos competentes para o mercado, mas agentes climáticos preparados para o mundo real. A mitigação dos impactos ambientais começa na sala de aula, passa pelos laboratórios de pesquisa e se expande vigorosamente para a comunidade através da extensão universitária.

Alunos da UB em Projeto de Extensão.

Fonte: elaborado pelo autor

Figura 13 – Página 4 com entrevista, fotos e elementos gráficos da edição piloto do informativo Vida Verde

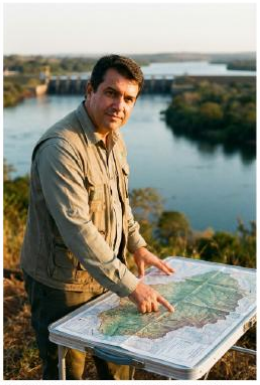
Vozes da Comunidade

Água, Agricultura e Futuro: O Desafio da Bacia do Turvo/Grande

Entrevistado:
Prof. Dr. Marcos Vinícius Toledo

Professor e Pesquisador do Programa de Pós-Graduação em Ciências Ambientais da Universidade Brasil.

Com pós-doutorado em Sustentabilidade Agrícola e doutorado em Recursos Hídricos, o Prof. Dr. Marcos Toledo é referência na Bacia do Turvo/Grande. Coordenador do Grupo de Pesquisa em Gestão Integrada de Águas (GPGIA) da UB, ele une 15 anos de rigor científico e vivência de campo para analisar a escassez hídrica regional e apontar soluções.



Prof. Dr. Marcos Toledo: "A ciência é a ferramenta para mediar desenvolvimento e segurança hídrica."

Vida Verde: Professor, vivemos em uma região de potência agrícola, mas de fragilidade hídrica. Qual é o maior desafio ambiental para Fernandópolis e entorno hoje?

Prof. Dr. Marcos Toledo: Sem dúvida, é a gestão do conflito pelo uso da água. Estamos na Bacia do Turvo/Grande, que sofre com baixa disponibilidade e alta demanda. O avanço da monocultura sem manejo rigoroso pressiona nossos aquíferos. O "novo normal" climático, com chuvas irregulares e alta evapotranspiração, agrava esse quadro, gerando risco para a agricultura e o abastecimento urbano.

]Prof. Dr. Marcos Toledo: A universidade atua como o "cérebro" desse sistema. Monitoramos a qualidade da água e desenvolvemos bioindicadores de contaminação. Além disso, formamos profissionais que levarão ao campo tecnologias de irrigação eficiente. A ciência é a única ferramenta capaz de mediar o desenvolvimento econômico com a segurança hídrica necessária para as próximas décadas. Investir na ciência e principalmente em profissionais que atuem com responsabilidade técnica e visão de futuro é fundamental para assegurar a preservação vital dos recursos naturais e o progresso sustentável regional.

Vida Verde: Para finalizar, que mensagem o senhor deixa para a comunidade acadêmica que, muitas vezes, sente-se impotente frente à magnitude da crise climática?

Prof. Dr. Marcos Toledo: O desânimo é o maior inimigo da ação. A crise é global, mas a mitigação acontece localmente. Cada projeto de extensão e mudança de hábito no campus conta. A Universidade deve ser o lugar da esperança ativa. Se transformarmos conhecimento técnico em ação comunitária, Fernandópolis pode se tornar modelo de resiliência e desenvolvimento sustentável. O futuro depende da nossa capacidade de inovar agora.

CLIQUE ANIMAL

Registros enviados pelos leitores do Vida Verde.

Clicou algum animal em nosso campus ou na cidade?

Envie para o WhatsApp:
(17) 99222-1010

Capivaras próximo ao Jardim Universitário. Vitória Melo Martins - Fernandópolis/SP

Arara Canindé no campus da UB Lara Ruanna Ferreira - Fernandópolis/SP

Opinião

Eco-ansiedade: Transformando o Medo em Potência de Ação.

Lucas Ferreira de Matos
Aluno do 4º ano de Agronomia

Muitas vezes, ao rolar o feed das redes sociais e me deparar com notícias sobre recordes de calor, queimadas no Pantanal ou secas históricas na Amazônia, sinto um aperto no peito. Esse sentimento tem nome: eco-ansiedade. É a sensação paralisante de que o problema é grande demais e de que, como indivíduos, somos pequenos demais para fazer diferença.

No entanto, aprendi nos corredores da UB que a paralisia é a pior resposta. A universidade não é apenas um lugar para acumular diplomas, mas um espaço privilegiado de encontro e construção. Quando trazemos a discussão ambiental para dentro da sala de aula para a iniciação científica ou para a mesa do bar, transformamos angústia em projeto.

A minha geração não tem o luxo da negação. Nós herdamos um planeta em febre. Mas também temos ferramentas que nenhuma geração anterior teve: tecnologia, acesso à informação e uma rede global de ativismo. Ações locais, seja exigindo copos biodegradáveis na cantina, organizando caronas solidárias ou participando de projetos de reflorestamento, são antídoto contra o desespero. Não precisamos salvar o mundo sozinhos, precisamos apenas fazer a nossa parte no lugar onde estamos. E o nosso lugar é aqui.

Fonte: elaborado pelo autor

Figura 14 – Página 5 com notícias, indicações de leitura, agenda e expediente da edição piloto do informativo Vida Verde

Página 5 VIDA VERDE Ano I - Nº 0 - 4º Trimestre de 2025

Acontece na UB

Notícias rápidas e prestação de serviço à comunidade acadêmica.

Horta Comunitária em Ação

Alunos do curso de Agronomia iniciaram neste mês o plantio de hortaliças na nova Horta Comunitária do Campus (atrás do Bloco C). O projeto, livre de agrotóxicos, visa doar 100% da produção para instituições de caridade de Fernandópolis.

Como participar: Inscrições para voluntários na coordenação do curso.

Destino Certo

Não jogue pilhas, baterias ou celulares antigos no lixo comum! A Universidade Brasil instalou um Ecoponto permanente no pátio central. Todo o material arrecadado será enviado para cooperativas especializadas em reciclagem de componentes eletrônicos, evitando a contaminação do solo por metais pesados.

Para ler e refletir

Livro: **Ideias para Adiar o Fim do Mundo**
Autor: **Ailton Krenak**
Editora: **Companhia das Letras**

Em tempos de "ebulição global", ouvir a sabedoria ancestral é uma questão de sobrevivência. Neste livro curto, mas impactante, o líder indígena Ailton Krenak provoca: nossa desconexão com a natureza é a raiz da crise que vivemos. Ele nos convida a parar de tratar a Terra como um recurso a ser explorado e a começar a vê-la como um parente a ser respeitado. Leitura obrigatória para entender o papel da humanidade no século XXI.

Agenda Verde: 1º Trimestre

Foco: Cronograma de eventos para o início do ano letivo (Fevereiro, Março e Abril).

FEVEREIRO
27 | Recepção Sustentável
Ação: Trote Ecológico com os calouros – Plantio de mudas nativas no entorno do Campus e revitalização de áreas verdes.
Ponto de Encontro: Saguão do Bloco A, às 08h.

MARÇO
22 | Dia Mundial da Água
Evento: Mesa-redonda "Crise Hídrica e Soluções Regionais" com especialistas da Bacia do Turvo/Grande.
Local: Auditório Central, às 19h.

ABRIL
15 | Dia da Conservação do Solo
Oficina: Prática de compostagem e manejo de solo na Fazenda Escola.
Público: Aberto à comunidade acadêmica (vagas limitadas).

Expediente

Diretor: Roberto Almeida Santos
Redator: Cláudia Menezes da Silva
Fotografia: Pedro Henrique Costa
Reportagem: Ana Clara Ribeiro, Felipe Bastos e Juliana Siqueira de Albuquerque.

E-mail: vidaverde@ub.edu.br

Colaboradores: Prof. Dr. Marcos Vinícius Toledo, Lucas Ferreira, Prof. Dr. Carlos Drumond, Dra. Elisa Vance, Beatriz Camargo

Departamento Jurídico: Dr. Sérgio Buarque, Dra. Vânia Abreu

Fonte: elaborado pelo autor

O informativo Vida Verde, em sua versão piloto, consolida-se, assim, como produto desta pesquisa e ferramenta potencial de gestão ambiental integrada no âmbito universitário, apta a ser replicada, adaptada e ampliada em futuras edições, conforme o engajamento da comunidade acadêmica e o apoio institucional.

6. CONCLUSÃO

O informativo Vida Verde afirma-se como uma ferramenta inovadora de articulação entre educação ambiental crítica e comunicação transformadora, promovendo a conscientização e a politização da comunidade acadêmica em torno da sustentabilidade. Ao assumir a crise ambiental como problema histórico, social e político, o informativo desloca o foco de ações pontuais para uma compreensão estrutural dos conflitos que atravessam a relação sociedade–natureza, convocando a comunidade universitária a posicionar-se de forma ética e responsável diante dos desafios contemporâneos.

Ao unir palavra e imagem, razão e emoção, o informativo amplia o alcance didático e comunicativo da educação ambiental, tornando o conteúdo mais acessível, atrativo e significativo para diferentes perfis de leitores dentro da universidade. Essa combinação de linguagem verbal e recursos visuais potencializa a construção de sentidos, favorece a apropriação crítica das informações e contribui para que estudantes, docentes e colaboradores reconheçam seu papel como sujeitos históricos na defesa do meio ambiente. Desse modo, o Vida Verde não apenas informa, mas também forma, ao estimular a leitura reflexiva e o debate qualificado sobre temas socioambientais.

A adoção da perspectiva crítica nesse processo fomenta a emancipação e a maturidade ambiental da comunidade acadêmica, oferecendo subsídios para que docentes integrem o conteúdo do informativo em diversos espaços educativos, de forma transversal e dialógica. Ao circular em diferentes cursos, disciplinas e projetos de extensão, o material fortalece a interdisciplinaridade, incentiva práticas pedagógicas participativas e aproxima o ensino, a pesquisa e a extensão das demandas reais da sociedade. Com isso, o informativo contribui para consolidar uma cultura institucional que reconhece a educação ambiental como dimensão permanente da formação universitária.

Além disso, o Vida Verde posiciona-se como um instrumento ativo no combate à desinformação, às fake news e ao regime da pós-verdade, ao adotar critérios de rigor científico, checagem de fontes e compromisso ético com a verdade factual. Em um cenário de circulação acelerada de conteúdos superficiais ou distorcidos sobre mudanças climáticas, conservação e políticas ambientais, o informativo oferece ao público universitário um espaço de referência, no qual a informação é tratada de forma

contextualizada, crítica e responsável. Ao fazê-lo, contribui para o fortalecimento da cultura ambiental universitária e para a consolidação de uma gestão ambiental integrada e replicável, que pode inspirar outras instituições de ensino a desenvolver produtos comunicacionais semelhantes, comprometidos com a sustentabilidade e a justiça socioambiental.

“Conhecer a crise ambiental não basta; é preciso transformar saber em ação crítica, coletiva e sustentável.”

REFERÊNCIAS

AMBROSE, Gavin; HARRIS, Paul. **Fundamentos do Design Gráfico.** São Paulo: Blucher, 2011.

ARISTÓTELES. **Arte Retórica e arte poética**. Tradução de Antônio Pinto de Carvalho. Rio de Janeiro: Ediouro, 1979.

BARROS, Diana Luz Pessoa. Língua como instrumento de comunicação. In: FIORIN, J.L. (Org.). **Introdução à linguística**: objetos teóricos. São Paulo: Contexto, 2008. p.25-53. v.1.

BERNA, Vilmar Sidnei Demamam. **Comunicação ambiental:** reflexões práticas em educação e comunicação ambiental. São Paulo: Paulus, 2010.

BRASIL. **Lei nº 9.795, de 27 de abril de 1999**. Dispõe sobre a educação ambiental, institui a Política Nacional de Educação Ambiental e dá outras providências. Brasília, DF: Presidência da República, 1999. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l9795.htm. Acesso em: 07 ago. 2025.

BUENO, Wilson da Costa. **Comunicação ambiental:** responsabilidade social e ecológica na gestão da comunicação. São Paulo: Mojoara, 2007.

BUENO, Wilson da Costa. Comunicação, jornalismo e sustentabilidade: apontamentos críticos. In:___ (Org.). **Comunicação empresarial e sustentabilidade**. Barueri: Manole, 2015. p.51-69.

BUENO, Wilson da Costa. **Gestão da Comunicação em Desastres Ambientais:** conflitos de interesse, de práticas e de discursos. Revista Observatório, v. 4, n. 2, p. 539, 1 abr. 2018.

CAMPATO JR., João Adalberto. **A comunicação ambiental. Ciências ambientais:** uma abordagem plural. São José do Rio Preto: HN, 2018.

CARVALHO, Isabel Cristina de Moura. **Educação ambiental:** a formação do sujeito ecológico. 6. ed. São Paulo: Cortez, 2012.

CITELLI. Adilson. Comunicação em educação. In: CITELLI, A.; BERGER, Christa; BACCEGA, Maria Aparecida et al (orgs.). **Dicionário de comunicação**. São Paulo: Contexto, 2014. p.65-74.

COSTA, João Roberto Vieira da. (Org.). **Comunicação de interesse público**: ideias que movem pessoas a fazerem um mundo melhor. São Paulo: Jaboticaba, 2006.

DICKMANN, Ivo; LIOTTI, Luciane Cortiano (org.). **Educação ambiental crítica**: experiências e vivências. Chapecó: Livrologia, 2020.

DUTERME, Claude. **A comunicação interna na empresa**: a abordagem de Palo Alto e a análise das organizações. Lisboa: Instituo Piaget, 2008.

FIGARO, Roseli. Introdução. In:_____(org.). **Comunicação e análise do discurso**. São Paulo: Contexto, 2013.

FIORIN, José Luiz. Comunicação e linguagem. In: CITELLI, Adilson et al. (Org.). **Dicionário de Comunicação**: escolas, teorias e autores. São Paulo: Contexto, 2014.

FIORIN, José Luiz**. Elementos de análise do discurso**. 8. ed. São Paulo: Contexto, 2008.

GOMES, S. F.; PENNA, J. C. B. DE O.; ARROIO, A.. **Fake News Científicas: Percepção, Persuasão e Letramento.** Ciência & Educação (Bauru), v. 26, p. e20018, 2020. Disponível em: https://doi.org/10.1590/1516-731320200018. Acesso em: 03 jul. 2025.

JACOBI, Pedro Roberto. **Educação ambiental, cidadania e sustentabilidade.** Cadernos de Pesquisa, São Paulo, nº. 118, p. 189-204, jul. 2003. Disponível em: https://doi.org/10.1590/S0100-15742003000200009. Acesso em: 9 abr. 2025.

JAKOBSON, Roman. **Linguística e comunicação**. 8.ed. São Paulo: Cultrix, 1975.

LAYRARGUES, Philippe Pomier. **A conjuntura da institucionalização da Política Nacional de Educação Ambiental**. In: OLAM: Ciência & Tecnologia, ano II, vol. 2, n. 1, abr. 2002.

LEFF, Enrique. **Epistemologia Ambiental.** 5. Ed. São Paulo: Cortez, 2014.

LOUREIRO, Carlos Frederico B. **Trajetórias e Fundamentos da Educação Ambiental**. São Paulo: Cortez, 2004.

LOUREIRO, Carlos Frederico B. **Sustentabilidade e educação**: um olhar de ecologia política. São Paulo: Cortez, 2012.

MARCONDES FILHO, Ciro. **Para entender a comunicação**. São Paulo: Paulus, 2008.

MARTELOTTA, Mário Eduardo. Funções da linguagem. In: Martelotta, M.E. (org). **Manual de linguística**. São Paulo: Contexto, 2009. p. 31-36.

MARTINO, Luís M. Sá. **Teoria da comunicação**: ideias, conceitos e métodos. Petrópolis: Vozes, 2021.

NEIVA, Eduardo. **Dicionário Houaiss de comunicação e multimídia**. São Paulo: Publifolha, 2013.

OLIVEIRA, Fabíola. Democracia, meio ambiente e democracia no Brasil. In: DENCKER, Ada de Freitas Maneti; KUNSCH, Margarida M. K (Orgs). **Comunicação e meio ambiente**. São Bernardo do Campo, Intercom, 1996. p. 61-69.

ONU. **Objetivos de Desenvolvimento Sustentável | As Nações Unidas no Brasil**. Disponível em: https://brasil.un.org/pt-br/sdgs. Acesso em: 03 jul. 2025.

OVALLES, Omar. A dimensão ambiental da comunicação. In: Governo do Estado de São Paulo. Secretaria do Meio Ambiente. **Comunicação e ambiente**. São Paulo: Coordenadoria da Educação Ambiental, 1992, p. 25-44.

RABAÇA, Carlos a.; BARBOSA, Gustavo G. **Dicionário de comunicação**. 10.ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2001.

SAMPIERI, Roberto H.; COLLADO, Carlos F.; LUCIO, Maria del Pilar B. **Metodologia de pesquisa**. Porto Alegre: Penso, 2013.

SANTAELLA, Lucia; NÖTH, Winfried. **Imagem**: cognição, semiótica, mídia. São Paulo: Iluminuras, 2008.

SANTOS, Márcia Maria. **Educação ambiental para o ensino básico**: percursos formativos. São Paulo: Contexto, 2023.

SAUTCHUCK, Inez. **Perca o medo de escrever**: da frase ao texto. 2.ed. São Paulo: Saraiva, 2017.

SAUVÉ, Lucie. Uma cartografia das correntes em educação ambiental. In: SATO, Michéle; CARVALHO, Isabel. **Educação ambiental:** pesquisa e desafios. Porto Alegre: Artmed, 2005. p. 17-44.

SHOME, Debika; MARX, Sabine. **A Comunicação das mudanças climáticas**: um guia para cientistas, jornalistas, educadores, políticos e demais interessados/Centro de Pesquisas sobre Decisões Ambientais/Colúmbia (CRED). Rio de Janeiro: Centro de Pesquisas sobre Decisões Ambientais, 2016

SIEGLER, Janaína; LIBONI; Lara Bartocci; CEZARINO, Luciana Oranges. Educação ambiental. In: OLIVEIRA, Sônia Valle Walter Borges de; LEONETI, Alexandre Bevilacqua; CEZARINO, Luciana Oranges (orgs). **Sustentabilidade**: princípios e estratégias. Barueri: Manole, 2019.

SILVA, Thais Cristófaro. **Fonética e fonologia do português**: roteiro de estudos e guia de exercícios. São Paulo: Contexto, 2010.

TARGINO, Maria das Graças; BARROS, Antonio Teixeira de. A informação ambiental no jornalismo piauiense. In: DENCKER, Ada de Freitas Maneti; KUNSCH, Margarida M. K (Orgs). **Comunicação e meio ambiente**. São Bernardo do Campo, Intercom, 1996. p.71-100.

TEMER, Ana Carolina Rocha Pessoa; NERY, Vanda Cunha Albieri. **Para entender as teorias da comunicação**. Uberlândia: EDUFU, 2009.

TERRA, Ernani. **Língua portuguesa**: desenvolvendo competências de leitura e escrita. São Paulo: Saraiva, 2023,

VANOYE, Francis. **Usos da linguagem:** problemas e técnicas na produção oral e escrita. 13.ed. São Paulo. Martins Fontes, 2007.

YIN, Robert K. **Estudo de caso:** planejamento e métodos. Porto Alegre: Bookman, 2010.

YIN, Robert K. **Pesquisa qualitativa: do início ao fim.** Porto Alegre: Penso, 2016.

WOOD, Julia T. **Communication mosaics: an introduction to the field of communication.** Belmont, Ca: Thomson Wadsworth, 2006.