

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA
CAMPUS FREDERICO WESTPHALEN
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO
RELAÇÕES PÚBLICAS BACHARELADO**

Kawê da Silva Veronezi

**PROGRAMA ESTRATÉGICO EM COMUNICAÇÃO PARA
IMPLEMENTAÇÃO LOCAL DA AGENDA 2030: UMA PROPOSTA
PARA O DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL**

Frederico Westphalen, RS

2021

Kawê da Silva Veronezi

**PROGRAMA ESTRATÉGICO EM COMUNICAÇÃO PARA IMPLEMENTAÇÃO
LOCAL DA AGENDA 2030: UMA PROPOSTA PARA O DESENVOLVIMENTO
SUSTENTÁVEL**

Projeto Experimental Científico de Conclusão de Curso apresentado à banca examinadora do Departamento de Ciências da Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria campus Frederico Westphalen como requisito para obtenção de título de Bacharel em Relações Públicas.

Orientadora: Prof.^a Dr.^a Cláudia Hertes de
Moraes

Frederico Westphalen
2021

Kawê da Silva Veronezi

**PROGRAMA ESTRATÉGICO EM COMUNICAÇÃO PARA IMPLEMENTAÇÃO
LOCAL DA AGENDA 2030: UMA PROPOSTA PARA O DESENVOLVIMENTO
SUSTENTÁVEL**

Projeto Experimental Científico de Conclusão de Curso apresentado à banca examinadora do Departamento de Ciências da Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria campus Frederico Westphalen como requisito para obtenção de título de Bacharel em Relações Públicas.

Aprovado em 16 de agosto de 2021:

Cláudia Hertes de Moraes, Dra. (UFSM-FW)
(Presidente/Orientadora)

Jones Machado, Dr. (UFSM-FW)

Carlise Porto Schneider Rudnicki, Dra. (UFSM)

Frederico Westphalen, RS
2021

*Aos mais de 500 mil mortes pela covid-19 no Brasil. Em
memória de Marielle Franco. Pela luta popular.*

AGRADECIMENTOS

À Fátima da Silva. Espero poder carregar este nome em todos os agradecimentos possíveis para dentro de instituições de ensino, lugar onde foi negado para a senhora e aos nossos antepassados e familiares por muito tempo. Obrigado por me dar condições de mudar o rumo do nosso legado. Obrigado por ser minha mãe e ter me ensinado o que é ser filho da melhor forma possível. Somente assim hoje posso correr da binariedade construída. Agradeço ao meu pai, Antônio Carlos Veronezi e às minhas seis irmãs e aos meus três irmãos: Andreza, Tatiana, Michele, Janaína, Aline, Jornada, Juliana, Irineu e Fernando. Aos meus dezesseis sobrinhos, os quais tanto senti saudades durante a graduação. As tias e tios, primas e primos e todos familiares que me apoiaram. Aos amigos anteriores à Universidade e aos que vieram durante. A todas e todos professores que participaram do meu processo de formação, em especial aqueles da Escola Ana Franco da Rocha Brando, no interior de São Paulo, Jaú. Agradeço a todas orientações a este trabalho, em especial a Professora Cláudia, mas sem esquecer as professoras Karen, Melina e o professor Jones. Além desses agradecimentos, obrigado aos deuses e a mim: se eu não acreditasse que tudo isso seria possível, nada disso de fato seria possível. Aconteceu.

“Todo sistema de educação é uma maneira política de manter ou de modificar a apropriação dos discursos, com os saberes e os poderes que eles trazem consigo.” - Michel Foucault

“Seria uma atitude ingênua esperar que as classes dominantes desenvolvessem uma forma de educação que proporcionasse às classes dominadas perceberem as injustiças sociais de maneira crítica.” - Paulo Freire

Se a gente não assumir o compromisso para modificar o mundo, estaremos sendo coniventes com as desigualdades e violências. As transformações dependem de nós, das posições que assumimos, das rupturas que participamos. Se não agirmos, a estrutura não muda. Não se movimenta. Não há outros possíveis.

RESUMO

PROGRAMA ESTRATÉGICO EM COMUNICAÇÃO PARA IMPLEMENTAÇÃO LOCAL DA AGENDA 2030: UMA PROPOSTA PARA O DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL

AUTOR: Kawê da Silva Veronezi
ORIENTADORA: Cláudia Herte de Moraes

Estudos comprovam que para que as injustiças acabem, como a fome, a pobreza, as desigualdades e mudanças climáticas, um novo modelo de organização social se faz necessário. A partir disso, a Organização das Nações Unidas organiza em 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) um plano de ação com o objetivo de articular esforços de instituições públicas e privadas para o desenvolvimento sustentável de modo global. Pensando nisso, a pesquisa tem caráter exploratório sobre o tema, refletindo o processo de territorialização. Por ser um projeto experimental em Relações Públicas, propõe caminhos para um planejamento de alinhamento das ações em prol da Agenda 2030 no campus de Frederico Westphalen, de modo a estruturar caminhos de parcerias com organizações dos três setores civis da localidade. O produto do Trabalho de Conclusão de curso é um Programa Estratégico de Implementação local, proposto como um processo de comunicação que garanta a deliberação popular acerca da implementação dos ODS no território e mobiliza parcerias e recursos para a potencialização de ações de desenvolvimento que contribuam com a Agenda 2030 na territorialização. Como resultado, observou-se que para efetividade da implementação local dos ODS acontecer, a população não só tem que entender o que é a Agenda 2030, como também se sentir co-responsável em agir com protagonismo social na construção desse futuro coletivo.

Palavras-chave: Agenda 2030. Objetivos de Desenvolvimento Sustentável. Programa Estratégico em Comunicação.

REANUDAR

PROGRAMA ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN PARA LA IMPLEMENTACIÓN LOCAL DE LA AGENDA 2030: UNA PROPUESTA PARA EL DESARROLLO SOSTENIBLE

AUTOR: Kawê da Silva Veronezi

TUTOR: Cláudia Herte de Moraes

Los estudios demuestran que para que terminen las injusticias, como el hambre, la pobreza, las desigualdades y el cambio climático, se necesita un nuevo modelo de organización social (RELATÓRIO LUZ 2021). A partir de esto, Naciones Unidas organiza en 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) un plan de acción con el objetivo de articular los esfuerzos de las instituciones públicas y privadas para el desarrollo sostenible de manera global. Teniendo esto en cuenta, la investigación tiene un carácter exploratorio sobre el tema, reflejando el proceso de territorialización. Como proyecto experimental en Relaciones Públicas, propone formas de planificar la alineación de acciones a favor de la Agenda 2030 en el campus de Frederico Westphalen, con el fin de estructurar caminos de asociación con organizaciones de los tres sectores civiles de la localidad. El producto del Trabajo de Finalización del Curso es un Programa Estratégico de Implementación Local, propuesto como un proceso de comunicación que asegura la deliberación popular sobre la implementación de los ODS en el territorio y moviliza alianzas y recursos para potenciar acciones de desarrollo que contribuyan a la agenda 2030 en la municipalización. En consecuencia, se observó que para que la efectividad de la implementación local de los ODS suceda, la población no solo tiene que entender qué es la Agenda 2030, sino también sentirse corresponsable de actuar con protagonismo social en la construcción de este futuro colectivo.

Palabras clave: Agenda 2030. Objetivos de Desarrollo Sostenible. Programa Estratégico en Comunicación.

RESUME

STRATEGIC COMMUNICATION PROGRAM FOR THE LOCAL IMPLEMENTATION OF THE 2030 AGENDA: : A SUSTAINABLE DEVELOPMENT PROPOSAL

AUTHOR: Kawê da Silva Veronezi
ADVISOR: Cláudia Herte de Moraes

Studies prove that for injustices to end, such as hunger, poverty, inequalities and climate change, a new model of social organization is needed. From this, the United Nations organizes in 17 Sustainable Development Goals (SDGs) an action plan in order to articulating the efforts of public and private institutions for sustainable development in a global way. With this in mind, the research has an exploratory character on the subject, reflecting the territorialization process. As an experimental project in Public Relations, it proposes ways to plan the alignment of actions in favor of the 2030 Agenda at Frederico Westphalen's campus, in order to structure partnership paths with organizations from the three civil sectors in the locality. The product of this research is a Strategic Program for Local Implementation, proposed as a communication process that ensures popular deliberation about the implementation of the SDGs in the territory and mobilizes partnerships and resources to enhance development actions that contribute to 2030 agenda in municipalization. As a result, it was observed that for the effectiveness of the local implementation of the SDGs to happen, the population not only has to understand what the Agenda 2030 is, but also to feel co-responsible for acting with social protagonism in the construction of this collective future.

Key-words: 2030 Agenda. Sustainable Development Goals. Strategic Program in Communication.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1: Escala de Níveis de Vinculação

Figura 2: As quatro barreiras organizacionais à execução da estratégia

Figura 3: Esquema de pensamento estratégico

Figura 4: Ilustração da Matriz BLG

LISTA DE ABREVIACOES E SIGLAS

- ABRP - Associação Brasileira de Relações Públicas
- APCE - Associação Portuguesa de Comunicação de Empresa
- ADECEC - Associação de Empresas Consultoras em Relações Públicas e Comunicação
- CIRADR - Conferncia Internacional de Reforma Agrária e Desenvolvimento Rural
- FAO - A Organização das Nações Unidas para a Alimentação e a Agricultura
- IES - Instituições de Ensino Superior
- FW - Frederico Westphalen
- ODS - Objetivos de Desenvolvimento Sustentável
- ONU - Organização das Nações Unidas
- RRPP - Relações Públicas
- RS - Rio Grande do Sul
- TCC - Trabalho de Conclusão de Curso
- Unesp - Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho"
- UFMS - Universidade Federal de Santa Maria
- UnB - Universidade de Brasília

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	14
1. CONSIDERAÇÕES INICIAIS	16
2. JUSTIFICATIVA	19
3. PROBLEMA	24
4. OBJETIVOS	24
3.1. OBJETIVO GERAL	24
3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS DO PRODUTO	24
5. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	25
Figura 1: Escala de Níveis de Vinculação	30
6. METODOLOGIA	32
Quadro 2: Síntese da Metodologia.	32
6.1 CRONOGRAMA DE EXECUÇÃO	33
Tabela 1: Cronograma de 2020/2	34
Tabela 2: Cronograma de 2021/1	34
Tabela 2: Cronograma de 2021/1	34
Tabela 3: Cronograma de 2021/2	34
6.2 ESTADO DA ARTE	35
6.3 PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO PARTICIPATIVO	39
Quadro 4: Programas e projetos referências	42
Quadro 4: Programas e projetos referências	42
7. PRODUTO E SUA METODOLOGIA	43
7.1 IDENTIFICAÇÃO (projeção)	44
7.2 APRESENTAÇÃO	45
7.3 JUSTIFICATIVA E REFERENCIAL TEÓRICO	46
7.5 OBJETIVOS	49
7.5.1 Objetivo Geral	49
7.5.2 Objetivos Específicos	49
7.5.2.1 No Ensino	49
7.5.2.2 Na Pesquisa	50
7.5.2.3 Na Extensão	50
7.5.2.4 Na Gestão	50
7.5.2.5 No Município	50
7.6 ESTRATÉGIAS	50
7.5.1 Implementar Conselhos Comunitários nos municípios atuantes	50
7.5.2 Integrar projetos de pesquisa, ensino e extensão	51
7.7 METODOLOGIA	52

7.8 CRONOGRAMA DE ATIVIDADES E AÇÕES	54
Tabela 4 - Cronograma de 2021	54
Tabela 5 - Cronograma de 2022	55
Tabela 6 - Cronograma de 2023	55
7.9 RECURSOS HUMANOS	56
Tabela 7 - Função dos Participantes	56
7.10 RESULTADOS ESPERADOS	56
7.11 INDICADORES DE AVALIAÇÃO	57
8. CONSIDERAÇÕES PARCIAIS	57

INTRODUÇÃO

Desperta-se uma dúvida pelas lentes da iniciação científica: porque ainda não há uma consciência e corresponsabilidade coletiva de como construímos o nosso hoje e o futuro? Em outras palavras, como ainda vivemos em um mundo onde há fome, pobreza, guerras e o que falta para mudarmos isso? Por mais que haja as diretrizes globais de qual sociedade devemos construir, ainda apresentam-se resistências na efetivação de uma organização social e econômica mais justa, equitativa e sustentável. Essas resistências são parte das estruturas capitalistas que é contrária aos princípios dessa sociedade utópica¹.

A Organização das Nações Unidas organiza em 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) uma Agenda global com o objetivo de articular esforços de instituições públicas e privadas para o desenvolvimento sustentável e justo. Pensando nisso, o projeto experimental propõe um planejamento para deliberar acerca da implementação dos ODS no território brasileiro e mobilizar parcerias e recursos para a potencialização de projetos em desenvolvimentos que contribuam com a Agenda 2030 na dimensão local-regional.

A Agenda 2030 foi proposta em decorrência do não cumprimento dos Objetivos do Milênio definidos anteriormente². Essa informação é crucial para compreender o porquê do trabalho é proposto. Acredita-se que os Objetivos do Milênio não foram cumpridos, também, pelo baixo envolvimento participativo para o seu desenvolvimento. É nessa crença que a motivação do trabalho ganha forma: e se cairmos no mesmo erro e continuarmos com a baixa participação no desenvolvimento da Agenda 2030? Quais conflitos e dificuldades estruturais estão correlacionados com a pouca participação e mobilização? Teríamos que postergar até quando políticas para uma sociedade mais justa e sustentável? O Planeta Terra vai esperar ou já reage?

A partir disso, desenvolve-se uma pesquisa exploratória para buscar informações acerca de um problema estabelecido: como mobilizar e engajar atores da sociedade local na implementação da Agenda 2030 em seus municípios? Como fazer com que trabalhadores, crianças e todos cidadãos das comunidades se sentissem parte do desenvolvimento sustentável no seu bairro, cidade, estado e país?

Neste trabalho, inicia-se um percurso experimental que investiga as necessidades, demandas e necessidade para projetos de implementação local e regional dos ODS,

¹ Compreendido aqui como aquilo que não tem tempo nem espaço.

² ONU reconhece falhas para atingir Objetivos do Milênio. Disponível em <<https://agenciabrasil.ebc.com.br/internacional/noticia/2015-07/onu-reconhece-falhas-para-atingir-objetivos-do-milenio>>

principalmente por meio de parcerias de Universidades com a Comunidade Local. São diversos os projetos que desenvolvem metas ou objetivos propostos pela ONU. No entanto, há pouca visibilidade de suas ações na pauta pública, sem debates com a comunidade sobre esse processo de transição de desenvolvimento e articulações coletivas que alinhem esses projetos numa única frente de transformação. Há alguns casos em que os agentes nem sabem que estão diretamente contribuindo para com os ODS, fora a desinformação que não se faz entender os ODS como fortes diretrizes para fomento de políticas públicas.

Sabe-se que o tema possui uma complexidade a qual demanda anos de investigação e intervenção para resultados significativos, como também é de ciência que são várias as políticas institucionais e estruturais transversais à proposta. Assim, leituras, participações de congressos, webinários e reuniões mediadas por tecnologias de informação e comunicação, pensando nas transformações sociais e políticas possíveis com a atuação das Relações Públicas, o trabalho de conclusão de curso foca-se na reflexão e em propostas para a construção de caminhos que aumentem a participação de agentes e a captação de recursos para o desenvolvimento da Agenda 2030.

A partir disso, sugere-se a construção de um projeto contínuo e processual em comunicação, ancorado pelo ODS 17 - Parcerias em prol da Agenda 2030, que não só estabeleça parcerias para o alinhamento dos esforços para com os *Objetivos de Desenvolvimento Sustentável* como também garanta à comunidade local e regional meios de participação e deliberação nos processos comunicativos da implementação dos ODS em suas realidades.

Para isso, temos como laboratório de execução a própria Universidade Federal de Santa Maria campus Frederico Westphalen (UFSM-FW). Como resultado final, um Programa Estratégico em Comunicação na (UFSM) é proposto de forma que dê suporte pedagógico, técnico, administrativo e jurídico às demandas sociais da comunidade em relação aos ODS, territorializando uma demanda global e solucionando problemas estruturais por meio de parcerias público-privadas, além de auxiliar em metas institucionais do Plano de Desenvolvimento Institucional da UFSM e em Relatório e Planos de Gestão das parcerias.

1. CONSIDERAÇÕES INICIAIS

As Instituições Públicas, principalmente as de Comunicação e Informação, que sempre desempenharam papéis importantes para o desenrolar da História, sofreram ataques graves, potencializadas por ondas de desinformação e descredibilidade da Ciência.

Jornalistas são atacados por autoridades federativas, por interesses particulares, na tentativa de deslegitimar suas técnicas e ética profissional para com o interesse público; Publicitários são contratados para contribuírem com a venda de ideias da classe dominante, a fim de persuadir a classe dominada³; Produtores editoriais perdem postos de trabalhos para que não utilizem técnicas discursivas para dinamizar os conteúdos, centralizando o entendimento aos ‘dominadores de saberes’⁴; Cineastas são acusados de falsificar e manipular imagens e realidades para despolitizar a sociedade; Produtores culturais são boicotados na luta pela democratização do acesso e incentivo a diversidade cultural, de modo que o projeto de homogeneizar a cultura dominante continue⁵; a Educomunicação é privatizada para dar seqüência ao processo de não inclusão da classe trabalhadora na educação e nos processos deliberativos; a Rádio e TV continuam nas mãos das famílias e nomes que concentram o poder de informação desde antes a ditadura e; as Relações Públicas ainda serve a um modo de produção capitalista⁶, contribuindo diretamente na desmobilização da resistência, na desinformação coletiva, na cristalização da ideia de eterna permanência dos ricos no poder. O desmonte da Comunicação é um projeto despolitizador, nos é apresentado.

Ainda, as questões que abrangem a temática da Sustentabilidade emergem na pauta pública de modo assustador. Por mais que essas questões não sejam exclusivas do século XXI, é nele que ações imediatas e urgentes são cobradas. Epidemias causadas por doenças de origem da morte em massa de animais para a produção de produtos de consumo humano; o genocídio e ecocídio necessário para a expansão do projeto capitalista; e os desastres naturais causados por alterações climáticas, poluição humana e a má utilização dos recursos naturais aumentam os números de mortes e desequilíbrio socioambiental.

Por isso não são só comunicólogos que estão em guerra, em constante resistência com as “forças dominadoras”. Camponeses, internacionalistas, engenheiros, médicos,

³ Classe dominante são aqueles que possuem os meios de produção e a classe dominada são aqueles que trabalham para esses donos dos meios, e quem de fato produz o que gera lucro aos dominadores.

⁴ Para introduzir, comecemos por Michel Foucault, em Collège de France, 1970, quando chegou à conclusão de que o discurso não é livre pois há toda uma série de mecanismos de produção e circulação que controlam a existência do discurso. Com isso, há relações de poderes, relações de luta, há disputas, e a hipótese é que em toda disputa narrativa, discursiva, de produções de sentidos, há disputas de saberes. No que chamamos de conhecimento predominante, dominador, dizemos sobre o eurocêntrico. Um conhecimento que embranquece a história e fazem com que, na prática, os dominadores do saber continuem mantendo as estruturas (e assim, não permitindo com que teóricas pretas e teóricos pretos sejam legitimadores como produtores do saber).

⁵ Como se os detentores do poder finançassem empresas para reproduzir artes e produtos que colocassem no nosso subconsciente a sensação de que tudo o que vem deles é o certo, é o natural, é o que todos devem usar.

⁶ Aqui, fazemos referência ao livro “Relações Públicas no Modo de Produção Capitalista”, livro-dissertação de Cicilia Peruzzo. Em sua construção científica, a autora desperta o olhar das RRPP para sua atuação que contribuem com que as empresas e a classe dominante não perca seu poder. Retoma-se, ao construir essa concepção, a Karl Marx para compreender como a nossa sociedade se estrutura em volta do capital e desigualdade social.

estudantes, empresários e todos trabalhadores e movimentos que são contrários ao projeto capitalista⁷, em especial as lideranças de causas são alvos de desmoralização e até mesmo de morte. Temos como exemplo a Marielle Franco, vereadora e ativista morta por ser autora de um projeto de governo que combatia a desigualdade e por defender os direitos humanos. Paulo Sérgio Almeida Nascimento, líder comunitário no Pará, George de Andrade Lima Rodrigues, líder comunitário em Recife, Márcio Oliveira Matos, liderança do MST na Bahia, e mais dezenas de ativistas ambientais, estudantis e sociais foram mortos⁸ por lutar por um projeto justo de sociedade⁹.

Assim como os militantes de causas pela vida e bem viver, mesmo com o desmonte da democratização da Comunicação, comunicólogos continuam na resistência, tanto nas Universidades quanto em seus empregos, públicos ou privados, para que o modelo de produção capitalista, que serve a classe dominante e legitima o lugar inferior da na cadeia social da classe dominada, seja destruída.

Acredita-se que a comunidade acadêmica possui influência nas relações de lutas das (des)construções de saberes. Isso pode ser explicado pela popularização do Ensino Superior nos governos de Lula e Dilma no Brasil, que expandiu as Universidades e contribuiu para que a Educação, tanto a básica, finais, média quanto a técnica e superior, fosse acessada pelos pobres, trabalhadores, indígenas e todos que fazem parte da classe dominada. Quando a classe dominada, seja ela em questões sociais ou culturais, ocupam lugares antes não permitidos, o saber começa a ser construído para empoderar seus iguais na sociedade. Com isso, o conhecimento que antes era permitido somente aos homens, brancos e ricos, agora acessados por pobres, negros, mulheres, nativos e toda minoria representativa¹⁰, funde-se aos seus conhecimentos locais e culturais. Deste modo, as lógicas empresariais e burguesas não fazem mais sentido, e a reflexão sobre para que o conhecimento está sendo usado transforma-se em pesquisas para o desenvolvimento social na luta pela equidade comunitária. É na localidade das ações que as transformações acontecem.

⁷ Projeto no qual nos é imposto em estruturas meritocratas, sexistas e racistas, onde uns enriquecem pela não-força do Estado e das Instituições Públicas, em que a tecnologia e as possibilidades são restritas, às quais o consumo é prioridade e o poder popular e os Direitos Humanos e Naturais são questionados por uma naturalização ensinada de que tudo deve ser assim e que é difícil mudar.

⁸ Em menos de 30 anos, 72 políticos foram mortos no Brasil da Carta Capital, 2021. Disponível em <<https://www.cartacapital.com.br/politica/em-menos-de-30-anos-72-politicos-foram-mortos-no-brasil/>>

⁹ Mortes de lideranças indígenas batem record em 2019. Disponível em <<https://g1.globo.com/natureza/noticia/2019/12/10/mortes-de-liderancas-indigenas-batem-recorde-em-2019-diz-pastoral-da-terra.ghtml>>

¹⁰ Entende-se por minoria representativa, de modo genérico, todas as classes sociais e culturais que não possuem autoridade discursiva pela história por conta do preconceito estrutural, como as mulheres impedidas pelo machismo, os negros e nativos pelo racismo, entre outros.

No contexto em que a pobreza enriquece a minoria, em que a destruição ambiental engrandece poucos, em que a morte animal desenvolve negócios egoístas, em que ativistas são mortos, e que a Educação sofre uma tentativa de desmonte, o despertar pela problemática do trabalho de conclusão de curso nasce.

A crença de muitos em pensar que a política não é um espaço acessível à população é desconstruída quando Rancière (1996)¹¹ considera que a política¹², em seu sentido mais pleno, se manifesta somente quando a ordem natural da dominação, aquela em que “uns mandam e outros obedecem” (RANCIÈRE, 1996, p.31)¹³, é interrompida pela instituição de uma parte dos que não têm parte. Construindo assim “formas de articulação, protesto e resistência que transformam a subjetividade política e colocam na cena pública novas formas de apropriação, resistência e impugnação da ordem dominante” (REGUILLO, 2017).

Na conjuntura brasileira dos primeiros vinte anos dos anos dois mil, observa-se estruturas com interesses políticos-coloniais, de embranquecimento, em uma cultura de consumo e produção que se é aceito como ordem natural mas que em linha temporal perde por milênios para as tradições originárias. Uma brasilianização segundo Thiago Gehre¹⁴, que seria “(...) este encontro do mundo ocidental, supostamente mais desenvolvido, com um Brasil frustrado, de modernização sem desenvolvimento e de muitas desigualdades, cercado pela corrupção, patrimonialismo e oligarquização dos poderes.”

Verifica-se pela construção do texto até aqui que a postura autor-pesquisador falha, e que marcas do autor-sujeito são postas. Afinal, esse trabalho é carregado de subjetividades¹⁵,

¹¹ A política, aqui entendida, seria o tempo e os fluxos de exceção ao tempo e a inércia do mapa policial, que se refere à ordem naturalizada na qual tudo acontece.

¹² Adiciona-se ao recorte de entendimento sobre política a percepção de que “onde há poder, há resistência” de Foucault. Essa ‘dualidade’, por sua vez, não é natural, mas sim naturalizada, como também aponta Foucault ao refletir sobre a Arte de Governar, de atuar sobre os fenômenos naturais que se manifestam numa determinada população.

¹³ Trecho completo: “(...) Há ordem na sociedade porque uns mandam e outros obedecem. Mas, para obedecer a uma ordem, são necessárias pelo menos duas coisas: deve-se compreender a ordem e deve-se compreender que é preciso obedecer-lhe. E, para fazer isso, é preciso você já ser o igual daquele que manda. É essa igualdade que corrói toda ordem natural. [...] A desigualdade só é, em última instância, possível pela igualdade. (RANCIÈRE, 1996a, p. 31)

¹⁴ Recomenda-se duas leituras fundantes: um artigo de opinião “Thiago Gehre Galvão: A brasilianização do mundo?” Disponível em <<https://www.correiobraziliense.com.br/opiniaio/2021/07/4940364-thiago-gehre-galvao-a-brasilianizacao-do-mundo.html>>

¹⁵ Cito Reguillo (2017) para compreendermos melhor a subjetividade, sendo: “entendida como o social no sujeito; alude à apropriação e elaboração que o sujeito faz do mundo, marcada sempre pela experiência e a trajetória de vida. A subjetividade é modelada pelas instituições familiares, escolares, estatais, etc., e embora seja uma pessoa que tenha pleno acesso a sua consciência subjetiva, é possível rastrear as pegadas do social como marcas inscritas no sujeito. As subjetividades tendem a se alinhar aos espaços sociais nos quais têm sido construídas, mesmo que nunca de maneira estática e certamente não sem conflito. A este processo chamarei ancoragens de sentido; quer dizer, a apropriação do mundo que se traduz logo em imaginários compartilhados com comunidades afins e, em termos gerais, com projetos dominantes configurados em grandes tempos históricos e sustentados por diferentes dispositivos simbólicos, como os meios de comunicação, a escola, a

tomado em um lugar social, histórica e ideologicamente marcado; de um sujeito que não é homogêneo, e sim heterogêneo, constituído por um conjunto de diferentes vozes. Peço, de antemão, que prestem atenção nas marcas de minha subjetividade no decorrer do trabalho, pois são elas que fazem o diferencial da minha proposta, sendo minha forma política de agir.

2. JUSTIFICATIVA

O que se leva como primordial para a proposta aqui apresentada é trazer a comunidade para o debate em Comunicação. Para que haja extensão, pensar que os conhecimentos científicos devem ser passados para a comunidade local é um erro. Esse é o trabalho da Divulgação Científica. A extensão é tornar a comunidade local a principal fonte de conhecimento, questionamentos e objeto de intervenção. É pela extensão que a concepção de que a Ciência é para poucos pode mudar, sendo um caminho para a defesa da Universidade. Não há desenvolvimento justo se não houver a participação do povo.

Acredita-se na revolução e no impacto causado pelas Instituições de Ensino e Pesquisa. Entende-se que as Universidades ainda atendem uma lógica colonial, e possuem dificuldade em lidar com os ataques do projeto de desmonte das Instituições Públicas. Porém, a proposta é possibilitar outras narrativas. Com isso, as decisões tomadas durante a experiência teórica-prática, geram dados possíveis de interpretações e reflexões acerca do fazer profissional e as correlações da conjuntura apresentada em que as Relações Públicas são postas em conflitos, a fim de mudar essas realidades. Afinal, o saber “não é feito para compreender, ele é feito para cortar” (FOUCAULT, 1979, p. 27).

A partir da década de 1970, a pauta sobre a sustentabilidade começou ocupar o espaço público, de forma que o desenvolvimento tecnológico e social fosse transversal aos debates socioambientais. Porém, as mudanças climáticas indicam como os esforços ainda precisam ser maiores. Por mais que haja narrativas de desinformação e deslegitimidade acerca das consequências das políticas de oligarquias de poderes, a democratização da produção de informação e comunicação garantem os movimentos sociais a denúncia de acontecimentos e a cobrança de órgãos responsáveis por medidas mais sérias.

Os municípios, secretarias, escolas, instituições e outros agentes da sociedade nos anos 2020 já são pressionados por relatorias e alinhamentos para com uma mudança na

família, o Estado. O sentido, a interpretação de fundo que elaboramos – e possuímos – do mundo, das coisas, das relações, de nós mesmos fica “ancorada”, porém não assujeitada às configurações culturais através das quais interpretamos e atuamos sobre o mundo.”

economia e lógicas de produção que garantem a sustentabilidade. As consequências naturais das explorações e agressões das sociedades no meio ambiente pedem medidas urgentes da comunidade, principalmente as entidades e instituições dos poderes públicos.

De modo global, em específico nos anos 1968¹⁶, 1983¹⁷, 1987¹⁸, 1992¹⁹, 1997²⁰, 2000²¹, 2012²² e 2015²³, marcos internacionais tornaram o debate com proporções a ponto de estabelecer objetivos, metas e diretrizes mundiais para um desenvolvimento sustentável.

Para o pesquisador e internacionalista Thiago Gehre (GALVÃO, 2020) ao discutir uma a ordem internacional 2030 a partir de uma visão do Sul Global, apresentando o estado da arte no debate sobre a Agenda 2030 e os ODS, nos dá um contexto interessante para se pensar o que seria esse acordo Global com 17 Objetivos na motivação de sua pesquisa:

“A ordem e o futuro da humanidade estão interligados pelo comportamento da humanidade pressionando todos os limites planetários aceitáveis relacionados às condições de sobrevivência para as próximas gerações. O principal argumento desse texto é que uma nova ordem internacional chamada de ordem internacional 2030

¹⁶ A primeira manifestação mundial dessa natureza ocorreu em 1968. Nesse ano, ocorreu o estabelecimento da resolução 2938 da ONU, que convocou uma reunião mundial para examinar problemas do “ambiente humano” que exigissem cooperação internacional para serem solucionados. O conceito de sustentabilidade emergiu nas discussões na década seguinte, entre países e empresas, sobretudo após a divulgação do relatório do Clube de Roma¹⁵, em 1970, e a realização da Conferência Mundial sobre o Meio Ambiente Humano em 1972, em Estocolmo, na Suécia. Foi em Estocolmo que foi instituído o Programa das Nações Unidas sobre Meio Ambiente (PNUMA), o que encorajou a discussão da temática da sustentabilidade em todo o mundo.

¹⁷ Em 1983, foi instalada pela ONU a Comissão de Meio Ambiente e Desenvolvimento que lançou quatro anos depois um estudo mundial chamado Nosso Futuro Comum, ou relatório Brundtland. Foi a partir desse estudo que o conceito de “desenvolvimento sustentável” começou a ser amplamente divulgado e institucionalizado, quando se definiu como um processo de atender às necessidades presentes sem comprometer a capacidade das futuras gerações de suprir suas próprias necessidades”.

¹⁸ O relatório Nosso Futuro Comum define o termo desenvolvimento sustentável como “o desenvolvimento que procura satisfazer as necessidades da geração atual, sem comprometer a capacidade das gerações futuras de satisfazerem as suas próprias necessidades.”

¹⁹ Em 1990, aconteceu a segunda conferência, em Genebra e a terceira foi em 1992, chamada de Conferência das Nações Unidas para o Meio Ambiente e Desenvolvimento, também conhecida como ECO-92, no Rio de Janeiro. No Rio foi assinada a Agenda 21, Convenção da Biodiversidade e Convenção-Quadro das Nações Unidas sobre Mudanças do Clima (UNFCCC, na sigla em inglês).

²⁰ Em 1997 foi criada a Agenda 21 Global. A Agenda é um instrumento que indica as estratégias para que o desenvolvimento sustentável seja alcançado, identificando atores, parcerias, metodologias e mecanismos institucionais necessários para sua implementação e monitoramento.

²¹ Em 2000, os Objetivos do Milênio (ODM) foram acordados, resumindo oito grandes objetivos de desenvolvimento sustentável global a serem alcançados. São eles: 1- Acabar com a fome e a miséria; 2 - Oferecer educação básica de qualidade para todos; 3 - Promover a igualdade entre os sexos e a autonomia das mulheres; 4 - Reduzir a mortalidade infantil; 5 - Melhorar a saúde das gestantes; 6 - Combater a Aids, a malária e outras doenças; 7 - Garantir qualidade de vida e respeito ao meio ambiente; 8 - Estabelecer parcerias para o desenvolvimento.

²² Em 2012, ocorreu a Conferência das Nações Unidas sobre Desenvolvimento Sustentável, a Rio+20. O encontro teve como duas principais pautas: “A economia verde no contexto do desenvolvimento sustentável e da erradicação da pobreza” e “A estrutura institucional para o desenvolvimento sustentável”.

²³ Ano em que entra em vigor a Agenda 2030 e os 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável. A Agenda 2030 é um acordo internacional em que há um desafio global comum entre as civilizações que precisa ser solucionado com a responsabilidade de todos líderes políticos, administrativos e sociais. Acredita-se que a articulação coletiva alinha a pesquisa, os processos comunicacionais e educativos, o desenvolvimento científico e tecnológico e os interesses públicos e privados para cumprir os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável.

parece estar em construção. Ao contrário de ordens anteriores edificadas em resultado de grandes conflitos, esta nova tem como razão de ser o futuro da humanidade, que se encontra num preocupante estado de emergência devido aos impactos de ações humanas desequilibradas e insustentáveis no funcionamento das diferentes dimensões dos ecossistemas do planeta.” (Tradução nossa).²⁴

A percepção que sua pesquisa instiga é que a Agenda 2030 mais do que uma metodologia de indicadores de desenvolvimento justo e ecológico, a Agenda 2030 nos dá uma ideia projetada, algo como as *Thinks Tanks*, de qual pode ser o futuro mundial.

A busca por inovações sustentáveis tem alcançado resultados positivos, no entanto, o acesso a esse desenvolvimento continua sendo restrito. Esse é o caso da agricultura sustentável, dos sistemas de energia solar, de saneamento básico, etc.. Por isso, ao pautar desenvolvimento, a participação da comunidade deve ser garantida, pois é a ela quem interessa o desenvolvimento.

O papel das Universidades no desenvolvimento é tão importante que a Organização das Nações Unidas (ONU) elencou-as como principais agentes para o Objetivo 17 - Parcerias e Meios de Implementação. Com o intuito de incentivar o fortalecimento dos meios de implementação da Agenda 2030 e revitalizar a parceria global para o desenvolvimento sustentável, com iniciativas locais e regionais, o ODS 17 é responsável por articular parcerias para a mobilização de intervenção pelos ODS.

As Universidades têm contribuições importantes para o avanço tecnológico e científico da sociedade. Por meio da Pesquisa, do Ensino e da Extensão, as Universidades, principalmente as públicas, criam redes de cooperação entre organizações privadas e públicas com a comunidade local e regional com a finalidade de desenvolver soluções para problemas socioambientais de interesse público. Com isso, torna-se comum que seus projetos sejam mais fáceis de se adequarem às metas do plano de ação global.

Porém, muitas vezes as instituições de pesquisa e ensino servem à lógicas mercadológicas e de interesses comerciais e privados, já que muitas vezes são empresas privadas que financiam as pesquisas. Evidencia-se aqui o diferencial das Instituições Públicas: por serem financiadas pelo Governo, o ensino, pesquisa e extensão da Universidade devem ser voltados para o interesse da Comunidade, para a vontade e avanço popular.

²⁴ Order and future of humanity are intertwined by mankind behaviour pressing all acceptable planetary boundaries related to survival conditions for the next generations. The main argument of this text is that a new international order called the 2030 international order seems to be under construction. Unlike previous orders edified as a result of great conflicts, this new one has its *raison d'être* the future of humanity, which is at a stage of worrying emergency due to the impacts of unbalanced and unsustainable human actions in the functioning of the different dimensions of the planet ecosystems”.

Nesse sentido, assim como pontua Jenize (2004, [n.p]), a interação ensino-pesquisa-extensão é o pilar que alicerça a formação humana/profissional, bem como a interação universidade e sociedade, no cumprimento da função social da universidade.

Ao formar profissionais qualificados para atender as necessidades e demandas da sociedade, recursos humanos para o desenvolvimento local e regional são investidos para com os objetivos que solucionam problemas sociais. A função social, mais do que universalizar o conhecimento, deve ser de torná-lo acessível para as pessoas, de forma que as tornem aplicáveis para solucionar o que vulnerabiliza as pessoas. E o papel da extensão é garantir que a comunidade esteja presente neste processo de produção de conhecimento.

Para Carbonari e Pereira (2007), o grande desafio da extensão nas Universidades é repensar a relação do ensino e da pesquisa às necessidades sociais. Só com o alinhamento do desenvolvimento educacional, científico e tecnológico com as causas e demandas da sociedade, é possível estabelecer as contribuições da extensão para o aprofundamento da cidadania e para a transformação efetiva da sociedade. Isso pois

A relação da universidade com a comunidade se fortalece pela Extensão Universitária, ao proporcionar diálogo entre as partes e a possibilidade de desenvolver ações sócio-educativas que priorizam a superação das condições de desigualdade e exclusão ainda existentes. E, na medida em que socializa e disponibiliza seu conhecimento, tem a oportunidade de exercer e efetivar o compromisso com a melhoria da qualidade de vida dos cidadãos. (ROCHA 2007 apud SILVA, 2011, p.2).

A definição proposta por Rocha é bem importante para a compreensão da proposta. Vejamos: a Agenda 2030 é um plano de ação global, mas sua aplicação tem que ser local. É de responsabilidade não só de organizações federativas como também de organização municipais, não só das públicas como também das sindicais e privadas. Sabe-se que a proposta das 169 metas é impactar a vida das pessoas de forma direta; é garantir que faxineiras, condutores de transportes públicos, trabalhadores dos correios, jornalistas e toda classe trabalhadora tenha boas condições de vida, lazer, trabalho, alinhado a um desenvolvimento global de respeito à biodiversidade.

Para que isso aconteça, tanto as organizações internacionais precisam compreender as diferentes realidades das localidades dos países, quanto a população precisa compreender os impactos, justificativas e sua contribuição para a causa. E isso é garantido por meio de assembleias participativas e ferramentas de comunicação pública. Por meio da deliberação, de um processo em que a sociedade esteja bem informada e tenha argumentos suficientes para agir e fazer parte da causa.

Desse modo, sugere-se que capacitar a comunidade para o diálogo acerca de ações para acabar com a fome, pobreza, desemprego, entre os outros temas da Agenda 2030, é a premissa que justifica a motivação deste trabalho, sendo uma solução possível para efetivar a transição coletiva para uma ordem social mais sustentável e justa.

A suspeita é que o baixo engajamento na Agenda 2030 se dá pelos seguintes fatores: a) a utilização de uma linguagem que as pessoas não letradas e inseridas na linguagem científica desconhecem, b) a falta de campanhas públicas sérias de mobilização pelo desenvolvimento sustentável, c) a não inclusão e integração de pessoas deficientes e em situações de vulnerabilidades e; d) a falta de interação de atores populares que mediam as transversalidades da Agenda 2030 para com a população.

Ou seja, enquanto poucas pessoas compreenderem a historicidade dos fatos, a importância de agir urgente contra as mudanças climáticas, e as orientações constantes sobre como pode-se contribuir para o desenvolvimento de modo local, não haverá engajamento para a efetivação da implementação.

O Código de Ética²⁵ da Associação de Empresas Consultoras em Relações Públicas e Comunicação (Adecec) da Espanha, considera que “a utilização das técnicas que permitem entrar simultaneamente em contacto com milhões de pessoas, dá aos profissionais de Relações Públicas um poder que importa limitar pelo respeito da ética e dos valores da profissão”. Nas diretrizes acerca da ética de relações-públicas, destaca-se que é dever de seu exercício “evitar campanhas ou ações para um cliente que incitem a comportamentos ilegais ou antiéticos e alinhar, na medida do possível, com valores positivos no âmbito da ODS (Objetivos de Desenvolvimento Sustentável das Nações Unidas)”.

Pensando que “a profissionalização das Relações Públicas, enquanto parte de um processo social, econômico e político em permanente mutação, refletirá necessariamente a tensão entre o global e o local” (GONÇALVES; RUIZ-MORA, 2020), observa-se a necessidade de localizar as ações de comunicação e processos de deliberação. Afinal,

O Gestor de Comunicação Organizacional e Relações Públicas acredita e defende o livre exercício dos direitos humanos, em especial, a liberdade de expressão, liberdade de reunião e liberdade dos meios de comunicação social, valores essenciais à prática da atividade profissional” (Apce - Associação Portuguesa de Comunicação de Empresa).

Segundo a ABRP - Associação Brasileira de Relações Públicas, as atividades e esforços profissionais de relações-públicas são considerados como

²⁵ Disponível em <<http://adecec.com/wp-content/uploads/2019/07/Código-Ético-ADECEC.pdf>>

(...) deliberado, planejado e contínuo para estabelecer e manter a compreensão mútua entre uma instituição pública ou privada e os grupos de pessoas a que esteja direta ou indiretamente ligada (ABRP, p.1).²⁶

Desta forma, não se pode pensar num projeto sem as ações de relações públicas para estabelecer uma organicidade das informações do processo de territorialização de uma Agenda Mundial, de modo a capacitar os públicos para agir em prol das metas e, além disso, mediar conflitos possíveis para que estratégias sejam traçadas para a resolução dos problemas.

3. PROBLEMA

Emerge como problema a seguinte questão: como a Comunicação pode colaborar na implementação local da Agenda 2030?

4. OBJETIVOS

3.1. OBJETIVO GERAL

Propor um programa estratégico de comunicação que auxilie na territorialização/localização da Agenda 2030 em Frederico Westphalen e Região, alinhando parcerias em prol da implementação dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável.

3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS DO PRODUTO

- a) Colher e gerar dados e informações capazes de compreender aspectos da municipalização e da territorialização da Agenda 2030;
- b) Ter ciência dos aspectos de complexidade do tema para tomar decisões que aproximem os esforços do planejamento estratégico na efetivação, efetividade e eficácia dos objetivos propostos pelo processo;
- c) Explorar possibilidades de contribuição em Relações Públicas e Comunicação.

²⁶ A PROFISSÃO DE RELAÇÕES PÚBLICAS NO BRASIL

5. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Não dedicamos este trabalho para aprofundar os conceitos de Relações Públicas, Comunicação ou qualquer outro. Acredita-se que com as recomendações feitas a partir do Estado da Arte construído na metodologia do trabalho e os recortes articulados no texto, a leitura da proposta se torna mais completa e aceita quanto possível. Neste trabalho propomos um olhar genérico com fins de explorar as transversalidades e possibilidades.

Esse debate vem das fundamentações de Morin (2006, p. 13-14) ao indicar uma explicação do que podemos entender por complexidade:

O que é a complexidade? A um primeiro olhar, a complexidade é um tecido (complexus: o que é tecido junto) de constituintes heterogêneas inseparavelmente associadas: ela coloca o paradoxo do uno e do múltiplo. Num segundo momento, a complexidade é efetivamente o tecido de acontecimentos, ações, interações, retroações, determinações, acasos, que constituem nosso mundo fenomênico. Mas então a complexidade se apresenta com os traços inquietantes do emaranhado, do inextricável, da desordem, da ambiguidade, da incerteza... Por isso o conhecimento necessita ordenar os fenômenos rechaçando a desordem, afastar o incerto, isto é, selecionar os elementos da ordem e da certeza, precisar, clarificar, distinguir, hierarquizar... Mas tais operações, necessária à inteligibilidade, correm risco de provocar a cegueira, se elas eliminam os outros aspectos do complexus; e efetivamente, como eu o indiquei, elas nos deixaram cegos.

Assim, observa-se a sociedade como um organismo vivo (em constantes transformações), que não se dá pela dualidade (sou isso e não aquilo), que tem o caos e o conflito como parte, como necessário. Com isso, uma coisa é certa: não se pode ter ciência de todos os pontos do complexus. Mas pode-se, de certo modo, garantir que o máximo de aspectos sejam identificados e considerados em uma sistematização.

Em comunicação, essa sistematização pode ser feita por materiais jornalísticos, por produções artísticas e práticas publicitárias capazes de compilar diferentes assuntos numa narrativa que os relacionam em um acontecimento. Por meio de narrativas, constrói-se uma imagem, uma projeção de realidade coletiva, que compartilha discursos normativos que condicionam as pessoas a reproduzirem máximas que moldam a ordem social. Isso prova que a própria existência é complexa. As relações humanas são complexas.

Dito isso, esse paradigma científico possibilita diversas outras leituras importantes para se pensar as Relações Públicas. Isso pois as RRPP são uma atividade fundamental da mente, um ato-político ideológico deliberadamente com interesses públicos, que constituem um princípio fundamental da própria existência do ser humano e que elas buscam com afincos

o ‘entendimento’ e a ampla ‘compreensão’ entre os homens e as sociedades, através da ‘comunicação’. (CANFIELD; SOLAR; apud. PERUZZO).

Aproveitamos esse conceito para definirmos o ponto de partida acerca do que entende-se por Comunicação. Pontua-se que as Relações Públicas são um campo de intervenção das Ciências Sociais Aplicadas da área de Comunicação. O recorte do diálogo científico sobre a conceituação do termo além de apresentar os aspectos gerais do que abrange Comunicação, consegue justificar o recorte apresentado para entendimento inicial das Relações Públicas:

O entendimento da comunicação como campo, fenômeno e nos termos da experiência partilhada, deve sempre recorrer ao ponto fulcral que a define: uma atividade em comum. Ela pode ser pensada em termos de fluxos, de dinâmicas, de estruturas, de políticas, na dimensão das mediações, das interações e dos conflitos. Em qualquer direção, todavia, é basilar que há sujeitos envolvidos e requer alcançar os processos. Conceitualmente, podemos pensar que superamos o paradigma linear de comunicação, com somente dois polos, um que diz, outro que escuta. Cada situação, no entanto, convida a prestar atenção aos múltiplos elementos que a conformam. Ao pensar em comunicação, falamos de sujeitos não assujeitados, mas ideologicamente interpelados – a ideologia naturaliza os sentidos– e manejando um imaginário em torno de si, dos lugares de dizer, das posições a assumir e daqueles a quem se dirigem. Nesse sentido, pensamos que o regime de trocas sociais se fundamenta na linguagem. Em nosso contexto social, a comunicação ainda é campo profissional, um espaço de autonomia relativa perante os demais campos, e seu entendimento passa pela leitura aproximada das condições de produção que abraçam cada situação comunicativa. Igualmente, pode-se entender as configurações dos circuitos midiáticos, das práticas jornalísticas e de relações públicas, por exemplo, na esteira da troca múltipla de mensagens que se dá dentro de um campo mediador do social e que ingressam na tessitura da nossa experiência cotidiana, individual e coletiva, ao mesmo tempo em que o midiático é uma alternativa a esse mesmo cotidiano. Muitos estudos localizam tal centralidade ao falar de meios ou de empresas e organizações, bem como ao tentar compreender as conversações em rede. Regressamos ao ponto de jamais apartar do nosso horizonte reflexivo a **centralidade dos sujeitos**. Sob essa inspiração, podemos recordar três proposições. A primeira, de John D. Peters, teórico da comunicação nos Estados Unidos, que postula um desafio para a área: **a tarefa é dar conta da comunicação sem apagar o curioso fato da alteridade estar em seu centro, nem a possibilidade de fazer coisas com palavras**. A segunda, da pesquisadora brasileira Vera França, **ao conceber a comunicação pela ótica do lugar do outro nos processos**. Estar em comunicação, afirma, é estar em interação e isso deve gerar consciência e percepção do outro, criar um coletivo: já não se trata de um e de outro, mas dos dois tomados em conjunto. O que surge é da ordem da imprevisibilidade. Então, a terceira leitura, da pesquisadora portuguesa Maria Lucília Marcos. Ela dirige – a partir da filosofia – **a ideia de que comunicação não é encontro, é ruptura. Comunicar é incidir sobre o mesmo e modificá-lo**. E se assim ocorre, estamos em comunicação. É quando deixamos o que estava e se dá o rompimento da continuidade, os sujeitos se deixam afetar. **A comunicação, propõe ela, é o que abre a possibilidade do possível** (SCHWAAB, 2018).

Em nossa leitura (Moraes; Da Silva Veronezi, 2021), ao se voltar aos conceitos de Comunicação, podemos entender que “[...] há um ponto fulcral entre todas as principais definições, qual seja, a sua constituição enquanto uma atividade em comum, com vistas a modificar determinada situação. (SCHWAAB, 2018)”.

A conceituação apresentada permite reflexões que perpassam diversos aspectos. No entanto, vamos nos apegar as partes destacadas pelos grifos próprios. Ao compreender a centralidade nos sujeitos, a alteridade, a ótica do lugar do outro nos processos e a ideia de que todo contato com um texto será uma ruptura, marca-se novamente o grau de complexidade da práxis comunicativa. Para os campos de intervenção da área, que tem como base esses pressupostos, se faz necessário que a possibilidade de narrar possíveis não seja somente garantida a um determinado grupo, mas sim a todos.

De modo a agir em continuidade para com essas metas, pensa-se na importância de todos envolvidos e impactados terem transparência às informações. A proposta parte da área da Comunicação, por meio da ótica das Relações Públicas, para pensar-se em um programa que consolide uma frente de atores co-responsáveis pelo desenvolvimento local.

Os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável é de responsabilidade dos profissionais de Relações Públicas visto que (GONÇALVES; RUIZ-MORA, 2020)

“O Gestor de Comunicação Organizacional e Relações Públicas é elemento ativo na sensibilização da consciência social, na defesa do planeta, do meio ambiente, da biodiversidade, na luta contra a fome, a guerra, todas as formas de violência e injustiça, defendendo e apoiando políticas socialmente sustentáveis, a favor da paz” (Associação Portuguesa de Comunicação de Empresa).

Neste ponto podemos pensar o que Teobaldo apresenta como características de Relações Públicas, depois mobilizados como princípios em “Relações Públicas no Modo de Produção Capitalista” (Peruzzo, 2006). Lealdade, Binalideridade, Onipresença, Ação Preventiva e Ação Educativa são princípios que relações-públicas precisam se atentar para realização de sua práxis. No entanto, um dos cinco é o que mais chama atenção. Vejamos com aprofundamento a Ação Educativa, pouco vista na literatura brasileira de Relações Públicas. Andrade²⁷ a descreve como:

Informações úteis ao público devem ser constantemente transmitidas. Os públicos devem ser mantidos constantemente informados. A educação dos públicos faz-se através das informações e essas são transmitidas e recebidas utilizando os meios de comunicação. A educação sistemática dos públicos por meio de informações bem trabalhadas acaba por colocá-los do lado da instituição, que é o objetivo de Relações Públicas (ANDRADE, 1981).

²⁷ “Relações públicas governamentais”. In: ANDRADE, C. Teobaldo de S. (org.). Mini-anais da II semana paulista de estudos de relações públicas.

Ressaltamos alguns pontos. O primeiro é que é necessário transparência e pesquisa para que se saiba quais são as informações úteis. O segundo é que é preciso uma assessoria para que haja constância na gestão da informação. O terceiro é que não só é preciso que haja a produção da informação como também canais acessíveis e que gerem engajamento para acompanhamento para os públicos. Um quarto ponto é o processo de aprendizagem em situações não-formais, que colocam as informações, produtos em comunicação, enquanto materiais pedagógicos e instrucionais. O quinto ponto indica que essa produção não só precisa ser bem gestada, mediada por canais acessíveis, como também precisa apresentar uma linguagem popular e integrativa para que alcance diversas realidades e condições de comunicação. Um último ponto é que as informações tendem a ter um recorte que mobiliza os públicos a agirem com a organização em prol dos objetivos ali apresentados.

Isso significa que além de ter uma continuidade nas ações de comunicação, é preciso uma política de relacionamento que tenha assistência aos públicos de modo a entender quais informações são fundamentais para que eles se sintam co-responsáveis a ação e quais são as melhores metodologias e técnicas para estabelecer, nutrir e integrar esses relacionamentos com os públicos.

Em consonância de que o poder é menos uma propriedade do que uma estratégia, Margaret Wheatley afirma que:

O poder, nas organizações, é a capacidade gerada pelos relacionamentos. Como poder é energia, este precisa fluir pelas organizações; não pode ficar confinado a funções ou níveis. O que confere ao poder a sua carga, positiva ou negativa, é a qualidade dos relacionamentos. Pessoas que se relacionam com base na coerção ou na desconsideração pelas outras pessoas criam energia negativa. Os que são receptivos aos outros e os vêem em toda a sua plenitude criam energia positiva. Logo, o bom relacionamento nas organizações é a fonte mais abundante de poder de que dispomos (WHEATLEY 1999, p. 52-53)²⁸.

Por isso é tão caro a atuação das Relações Públicas em gestão de grandes projetos. Relacionamentos são as bases de intervenção das Relações Públicas, tanto como eles se dão, como são mediados, quais as consequências das interações e quais ações esses relacionamentos convocam a agir, a posicionar.

O exercício da profissão de relações públicas requer ação planejada, com apoio na pesquisa, comunicação sistemática e participação programada, para elevar o nível de entendimento, solidariedade e colaboração entre uma entidade, pública ou privada, e os grupos sociais a ela ligados, num processo de interação de interesses legítimos,

²⁸ WHEATLEY, M. J. Liderança e a nova ciência. São Paulo: Cultrix, 1999.

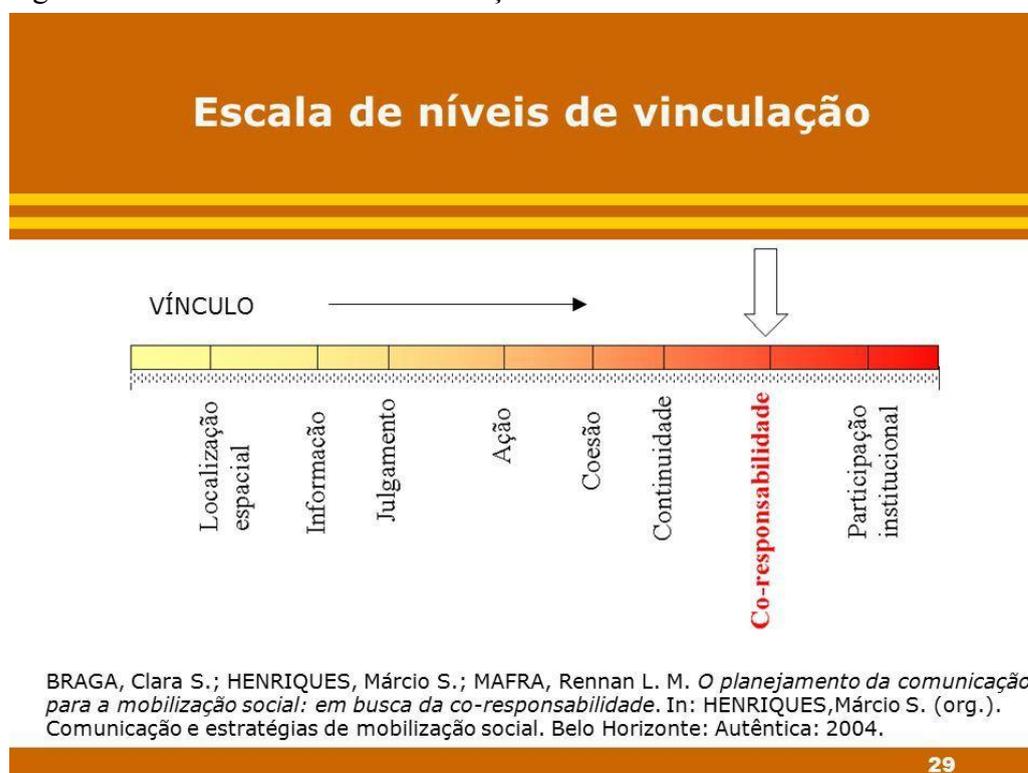
para promover seu desenvolvimento recíproco e da comunidade a que pertencem (I Assembléia Mundial de Associações de Relações Públicas, 1978)²⁹.

Na definição apresentada pelo “Acordo do México”, coloca a harmonia social como objetivo central de relações-públicas. O bom relacionamento nas organizações, assim, é papel desses profissionais assessorar e gerir. Um indicador possível de mensuração acerca desses relacionamentos, é a escala de níveis de vínculo (BRAGA; HENRIQUES; MAFRA, 2004).

Neste trabalho não objetiva-se aprofundar a escala, mas sim indicar que o nível de engajamento que o programa necessita é o de co-responsabilidade. Neste caso, há solidariedade da sociedade pelas gerações futuras e, deste modo, o comprometimento em promover o desenvolvimento recíproco da comunidade às quais pertencem.

Para entender um pouco sobre esse nível de vinculação, apresenta-se a sistematização de oito graus de vínculos que os públicos possuem com o projetos, ações e organizações: localização espacial, informação, julgamento, ação, coesão, continuidade, co-responsabilidade e a participação institucional (BRAGA; HENRIQUES; MAFRA, 2004). Assim como demonstra a imagem:

Figura 1: Escala de Níveis de Vinculação



²⁹ REVISTA RELAÇÕES PÚBLICAS, nº 13/14, p. 8.

Abordamos essa conceituação para, até mesmo, compreender a metodologia que a proposta precisará seguir. Os públicos das ações não podem apenas estar vinculados ao projeto no nível de localização espacial, por fazer parte de Frederico Westphalen. Eles precisam se sentir co-responsáveis. E para que isso aconteça, os relacionamentos precisam ser assessorados. A escala de vinculação nos permite segmentar as vinculações dos públicos e trabalhar em táticas para melhor enganá-los. Segue a descrição de cada um dos níveis segundo a discussão do texto:

Quadro 1: Descrição dos níveis de vinculação.

Nível	Descrição (BRAGA; HENRIQUES; MAFRA, 2004)
Localização espacial	Onde, no espaço real (geográfico) ou virtual estão localizados os públicos dentro do universo de atuação e de influência do projeto. Corresponde ao espaço das relações intersubjetivas, tal como definido por TACUSSEL (1998), em seu conceito de comunidade.
Informação	As pessoas podem ter mais ou menos informações sobre um projeto de mobilização social, com maior ou menor nível de detalhamento. As informações também podem ser de vários tipos: informações mediadas por meios de comunicação, oficiais ou não-oficiais; boatos; informações transmitidas pelo contato com a marca, vinheta ou slogan; informações sustentadas por dados e pesquisas etc.
Julgamento	Uma certa quantidade de informações, com determinado nível de detalhamento, gera uma tomada de posição dos públicos em relação ao projeto. O julgamento é a constituição deste posicionamento, que se dá a partir do estabelecimento de juízos de valor. Para a consecução do julgamento, deve-se atentar às estratégias que os diversos públicos constróem para a produção de sentido coletiva, ou seja, aos circuitos comunicativos que, para FONSECA (1998) se configuram como "caminhos através dos quais o sentido se produz e como tal aparecem como possibilidades dentro de uma rede possível de sentidos". Assim ocorre quando a comunicação é capaz de fornecer aos públicos do projeto informações consistentes, que produza um sentido determinado destes públicos sobre o projeto, sentido este que os levem a apoiá-lo, legitimá-lo e defendê-lo.
Ação	geração pontual, eventual ou permanente de idéias, produtos, serviços, estudos e contribuições diversas dos públicos para o projeto de mobilização social, que contribua direta ou indiretamente para os seus objetivos.

Quadro 1: Descrição dos níveis de vinculação.

Coesão	A coesão entre os públicos de um projeto existe quando as ações destes públicos são interdependentes, possuem elos de ligação ou contribuem para um mesmo fim, que podem ser os objetivos gerais ou específicos do projeto. Trata-se neste nível de superar ações que sejam meramente fragmentadas e isoladas, que se encerrem em si mesmas e possuam pouca ou nenhuma ligação entre si.
Continuidade	As ações dos públicos são permanentes, gerando um processo contínuo de participação. Neste caso, trata-se de superar a pontualidade e a instantaneidade, de maneira que as ações tenham uma determinada permanência e projetem-se num recorte temporal mais amplo.
Co-responsabilidade	Quando o público se sente também responsável para o sucesso do projeto, entendendo a sua participação como uma parte essencial no todo. Esta é gerada, basicamente, através dos sentimentos de solidariedade e compaixão, desenvolvidos por FRANCO (1995).
Participação institucional	A participação no projeto é institucionalizada através de convênios, acordos e documentos formais de qualquer espécie. Neste caso, é celebrado um contrato tácito entre ambas as partes que gera um vínculo forte e obrigatório, cujo rompimento unilateral e abrupto não é desejável

Essa escala é ancorada nos pressuposto de TORO (apud FONSECA & COSTA, 1996) quando diz que “mobilizar é convocar vontades para um propósito determinado, para uma mudança na realidade.” A convocação aqui proposta é para o exercício de uma Cidadania Comunicativa (MATA, 2006).

Resumidamente, convoca-se públicos para serem co-responsáveis com o intuito de construir espaços de autonomia comunicativa, de protagonismo social, de modo a fomentar a consciência prática e a possibilidade de ação.

Ao segmentar os públicos e compreender sua escala de vinculação com o projeto, pode-se construir táticas de relacionamento para que elas se sintam mobilizadas a agir e sejam co-responsáveis da implementação da Agenda 2030 em sua localidade.

6. METODOLOGIA

O projeto de conclusão de curso caracteriza-se como uma Pesquisa Aplicada Exploratória. Uma pesquisa aplicada busca gerar conhecimentos e reflexões para a aplicação prática e dirigida, de modo a exercer a práxis para a solução de problemas e alcance dos objetivos anteriormente definidos. Já uma pesquisa exploratória, como sintetiza Babbie³⁰:

Estudos Exploratórios são mais comuns para três propósitos: (1) simplesmente para satisfazer a curiosidade do pesquisador e o desejo para o melhor entendimento do assunto, (2) para testar a viabilidade de realizar um estudo mais cuidadoso, e (3) para desenvolver métodos para aprofundamento do estudo.” (BABBIE, E, 1986, tradução nossa)³¹

Neste processo, Flick (2004) relata bem o processo quando diz que “as reflexões, observações, impressões e sentimentos dos pesquisadores tornam-se dados, constituindo parte da interpretação”. Optou-se por ser um Projeto Experimental pela necessidade em trabalhar a extensão do que foi aprendido. Como diz na Legislação, o Projeto Experimental deve ser entregue à banca enquanto um produto em comunicação, relatando o processo de planejamento.

Definiu-se, para ponto de partida do projeto, sua fundamentação metodológica.

Quadro 2: Síntese da Metodologia.

Quanto à Natureza e Finalidade	Quanto aos procedimentos técnicos (meios)	Forma de análise e abordagem do problema	Coleta de Dados (Natureza)	Coleta de Dados (Instrumentos)
<ul style="list-style-type: none">• Pesquisa Aplicada Exploratória	<ul style="list-style-type: none">• Bibliográfica• Levantamento• Experimental• Pesquisa-ação	<ul style="list-style-type: none">• Qualitativa• Quantitativa	<ul style="list-style-type: none">• Dados primários• Dados secundários	<ul style="list-style-type: none">• Estado da Arte• Webinários, Congressos e Reuniões mediadas por Tecnologia de Informação e Comunicação Digital• Pesquisa por palavras-chave

Desta forma, o próprio fazer do processo é sua metodologia. O início do projeto emerge como problema a seguinte questão: como mobilizar e engajar atores da sociedade

³⁰ BABBIE, E. The practice of social research. 4th ed. Belmont, Wadsworth Publ., 1986.

³¹ Exploratory studies are most typically done for three purposes: (1) simply to satisfy the researcher's curiosity and desire for better understanding, (2) to test the feasibility of undertaking a more careful study, and (3) to develop the methods to be employed in a more careful study.

local na implementação da Agenda 2030? A partir disso, leituras foram realizadas, junto com as participações em congressos, webinários e reuniões que pautaram a transversalidade da Agenda 2030 e da Implementação.

Nessas experiências, buscou-se investigar desafios, oportunidades, fraquezas e forças possíveis de identificar na implementação dos ODS pelas Instituições de Ensino Superior e Subnacionais participantes dos eventos. As Consultorias Regionais do projeto Selo ODS e IES, a qual os autores participaram³², foram parte importante para coleta de dados. Importante ressaltar que essas informações não podem ser publicadas pois até a data de entrega do trabalho, o Relatório do Selo ODS IES não foi publicizado.

No decorrer das investigações, observa-se a necessidade de pensar em um processo de comunicação que assegure espaços deliberativos com a população assim como a comunidade acadêmica e servidores públicos estão tendo pelos projetos financiados por editais internacionais. Com isso pensa-se em um programa estratégico, ou seja, um programa que tenha como principal objetivo ser estratégico para a assistência ao alcance dos objetivos.

Apresentamos três partes da metodologia para melhor compreensão do produto e das nossas considerações parciais: o cronograma de execução, o estado da arte e o processo inicial do planejamento.

6.1 CRONOGRAMA DE EXECUÇÃO

Segundo a legislação da Universidade Federal de Santa Maria, no projeto pedagógico do curso de Relações Públicas, no regimento das disciplinas de trabalhos de conclusão de curso I e II, no Artigo 2º, “as disciplinas Elaboração de TCC, TCC I e TCC II totalizam 150 horas e devem ser cursadas nessa ordem. Ao final dessas três disciplinas, o acadêmico deverá ter elaborado um Trabalho Monográfico ou um Projeto Experimental (...)”. Vejamos como se deu o cronograma das atividades (tabela 1, tabela 2 e tabela 3):

³² Cláudia foi professora convidada na Consulta Sul do Selo ODS IES, juntamente a outros membros da Comissão da Agenda 2030 UFSM no mês de junho do ano de 2021. Kawê foi bolsista Jovem Pesquisador do projeto, focado no contato com as Instituições e consultoria em comunicação. Com a participação, foi possível contato direto com pesquisadores da área de territorialização dos ODS, referências nacionais na discussão da Agenda 2030, e com líderes de instituições e organizações para deliberação sobre a implementação no Brasil.

Tabela 1: Cronograma de 2020/2

Descrição	Agosto	Setembro	Outubro	Novembro	Dezembro
Leitura sobre Relações Públicas, Planejamento Estratégico, Comunicação Pública, Projetos Socioculturais, etc..					
Leituras bases (Agenda 2030, territorialização e Educomunicação, Desenvolvimento)					
Leitura e estudo sobre Interseccionalidade					
Diagnóstico de projetos correlacionados com o tema					
Delimitação da proposta e análise do cenário					

Tabela 2: Cronograma de 2021/1

Descrição	Janeiro	Fevereiro	Março	Abril
Justificativa da proposta inicial				
Envio para pareceristas				
Leituras específicas e construção teórica inicial				
Leituras específicas sugeridas pela orientadora e pareceristas				

Tabela 2: Cronograma de 2021/1

Descrição	Janeiro	Fevereiro	Março	Abril
Construção de pesquisas e análise de pesquisas de terceiros				
Participação de reuniões, palestras e encontros sobre a Agenda 2030 no Brasil				

Tabela 3: Cronograma de 2021/2

Descrição	Maio	Junho	Julho	Agosto
Participação de reuniões, palestras e encontros sobre a Agenda 2030 no Brasil				
Desenho estratégico				
Análise dos dados e construção teórica específica				
Avaliação da Banca do Processo Comunicacional				

6.2 ESTADO DA ARTE

De início, revisou-se textos importantes que professores do curso disponibilizaram. As leituras sobre Relações Públicas e suas transversalidades levaram o debate para textos cujas palavras chaves indicavam: Desenvolvimento, Direitos Humanos, Extensão Universitária, Mobilização Social, Políticas Públicas em Comunicação, entre outras.

Assim, o primeiro passo da metodologia foi o estado da arte. Investigou-se sobre os tópicos que precisam de atenção para a construção da proposta. Vejamos a síntese do Estado da Arte no Quadro 2:

Quadro 3: Síntese do Estado da Arte.

Estado da Arte	Principais referências
Acessibilidade	GRACIOLA, Ana Rita. Acessibilidade Comunicacional: os processos de comunicação na inclusão social de pessoas com deficiência. 2014.
Assessoria de Imprensa	SARTOR, Basilio Alberto; BALDISSERA, Rudimar. Assessoria de imprensa imaginada. Comunicação & Sociedade , v. 32, n. 55, p. 59-81, 2011. SARTOR, Basilio Alberto. Assessoria de Imprensa e Visibilidade: A Imagem-conceito das Organizações no incontável domínio da notícia. Conexão-Comunicação e Cultura , v. 7, n. 14, 2008.
Deliberação	MARQUES, Ângela Cristina Salgueiro. As interseções entre o processo comunicativo e a deliberação pública. MARQUES, Ângela Cristina S.(Org. e trad.). A deliberação pública e suas dimensões políticas comunicativas: textos fundamentais. Belo Horizonte: Autêntica Editora , p. 11-28, 2009. PERUZZO, Círcia Maria Krohling. Comunicação nos movimentos populares. Petrópolis: Vozes, 1998.
Democracia	MIGUEL, Luis Felipe. Os meios de comunicação e a prática política. Lua Nova: Revista de Cultura e Política , p. 155-184, 2002. TEIXEIRA, Michelly Alves. Rancière e o dano na política—: a reconfiguração do espaço do povo e a igualdade para os sem-voz. SER Social , v. 5, n. 9-10, p. 41-46, 2016.
Desenvolvimento	AUDY, JORGE. A inovação, o desenvolvimento e o papel da Universidade. Estudos avançados , v. 31, p. 75-87, 2017. CARNEIRO, Marcelo Sampaio. Práticas, discursos e arenas: notas sobre a socioantropologia do desenvolvimento. Sociologia & Antropologia , v. 2, p. 129-158, 2012.

Quadro 3: Síntese do Estado da Arte.

Estado da Arte	Principais referências
Desenvolvimento	<p>SILVA, Enilson; VARGAS, Juliano. A teoria de Amartya Sen: uma aplicação da abordagem das capacitações e da ideia de justiça à evolução do mercado nacional de trabalho contemporâneo. REDES: Revista do Desenvolvimento Regional, v. 23, n. 2, p. 408-435, 2018.</p> <p>DUTRA, Fernanda Ferreira. Reflexões sobre o desenvolvimento a partir do NVIVO: as práticas comunicacionais e o desenvolvimento rural na 4ª Colônia. 2017.</p>
Desenvolvimento Sustentável	<p>GEHRE, Thiago. A ordem internacional de 2030 e o futuro do desenvolvimento global. Meridiano 47 - Journal of Global Studies, [S. l.], v. 21, 2020. DOI: 10.20889/M47e21014. Disponível em: https://periodicos.unb.br/index.php/MED/article/view/32768. Acesso em: 9 ago. 2021.</p> <p>FREY, Klaus. Desenvolvimento sustentável local na sociedade em rede: o potencial das novas tecnologias de informação e comunicação. Revista de Sociologia e Política, p. 165-185, 2003.</p> <p>RAMOS, Isabel Joaquina; LUCAS, Maria Raquel; REGO, Maria da Conceição. Capital Humano, Desenvolvimento Sustentável e Ensino Superior. In: Anais 9ª Conferência FORGES—O ensino superior e a promoção do desenvolvimento humano: contextos e experiências nos países e regiões de língua portuguesa, Brasília. 2020. p. 20-22.</p> <p>FRANÇA FILHO, Genauto Carvalho de (Org.). Ação pública e economia solidária: uma perspectiva internacional. Porto Alegre/Salvador: Editora da UFRGS/EDUFBA, 2006.</p>
Direitos Humanos	<p>DAMMKI, Luiz Paulo; COSTA, Izadora Caroline; SOARES, Carolina Cadena. DIREITOS HUMANOS E TERRITORIALIZAÇÃO: O COMBATE À VIOLÊNCIA CONTRA A MULHER SOB A PERSPECTIVA DOS OBJETIVOS DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL. Humanidades & Inovação, v. 7, n. 19, p. 501-517, 2020.</p> <p>Situação dos direitos humanos no Brasil: Aprovado pela Comissão Interamericana de Direitos Humanos em 12 de fevereiro de 2021 / Comissão Interamericana de Direitos Humanos.</p>
Ética em Relações Públicas	<p>GONÇALVES, Gisela; RUIZ-MORA, Isabel. A ética das Relações Públicas. Um estudo comparativo dos códigos de conduta profissional em Espanha e Portugal e o código da Global Alliance for Public Relations and Communication Management. Profesional de la Información, v. 29, n. 3, 2020.</p> <p>GONÇALVES, Gisela Marques P. Ética das relações públicas. A falta de responsabilidade social nos Códigos Éticos de Relações Públicas (Public relations ethics. The lack of social responsibility in the Public Relations Ethics Codes). In: IX Congress of the International Association for Media and Communication Research (IAMCR). 2007.</p>

Quadro 3: Síntese do Estado da Arte.

Estado da Arte	Principais referências
Extensão Universitária	<p>RODRIGUES, Andréia Lilian Lima et al. Contribuições da extensão universitária na sociedade. Caderno de Graduação-Ciências Humanas e Sociais-UNIT-SERGIPE, v. 1, n. 2, p. 141-148, 2013.</p> <p>CHAUÍ, Marilena de Souza. Escritos sobre a universidade. São Paulo: Unesp, 2001.</p> <p>FROTA, Mariângela Brum. A Extensão Universitária como Estratégia para o Desenvolvimento Regional: O Caso da Universidade Federal Da Fronteira Sul - Campus Cerro Largo. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento e Políticas Públicas). Cerro Largo, RS: UFFS, 2017.</p> <p>RODRIGUES, Marilúcia de Menezes. Revisitando a história – 1980-1995: A extensão universitária na perspectiva do Fórum Nacional de Pró-Reitores de Extensão das Universidades Públicas Brasileiras. <i>Revista Portuguesa de Educação</i>, Braga, v. 2, n. 16, p.135-175, 2003. Disponível em: https://goo.gl/7er5Gr</p>
Imagem, reputação e crise	<p>DE CASTRO ALMEIDA, Ana Luisa. A Influência da identidade projetada na reputação organizacional. 2005.</p> <p>ROSA, Mário. A era do escândalo: lições, relatos e bastidores de quem viveu as grandes crises de imagem. Geração Editorial, 2004.</p> <p>WEBER, Maria Helena. O estatuto da imagem pública na disputa política. Revista ECO-pós, v. 12, n. 3, 2009.</p>
Mobilização Social	<p>MAFRA, Rennan Lanna Martins. Mobilização social e comunicação: por uma perspectiva relacional. Revista Mediação, 2010.</p> <p>GAIGER, Luiz Inácio. A descoberta dos vínculos sociais: os fundamentos da solidariedade. São Leopoldo: Unisinos, 2016.</p>
Conflitos políticos	<p>GALVÃO, Thiago Gehre. O Brasil e a agenda ambiental no século 21: clima, energia e segurança. Revista Múltipla, Brasília, v. 21, n. 27, p. 69-94, 2009.</p> <p>GALVÃO, Thiago Gehre. A POLÍTICA EXTERNA BRASILEIRA DURANTE OS GOVERNOS MILITARES: IDÉIAS, PRÁTICAS E IMAGENS (1964 1984). Textos e Debates, v. 2, n. 15, 2012.</p>
Pesquisa	<p>PIOVESAN, Armando; TEMPORINI, Edméa Rita. Pesquisa exploratória: procedimento metodológico para o estudo de fatores humanos no campo da saúde pública. Revista de saúde pública, v. 29, p. 318-325, 1995.</p> <p>GASQUE, Kelley Cristine G. D. Teoria fundamentada: nova perspectiva à pesquisa exploratória. In: MUELLER, Suzana Pinheiro Machado (Org.). Métodos para a pesquisa em Ciência da Informação. Brasília: Thesaurus, 2007. p. 83-118</p>

Quadro 3: Síntese do Estado da Arte.

Estado da Arte	Principais referências
Planejamento Estratégico	<p>HENRIQUES, Márcio Simeone. O planejamento sistêmico da comunicação. Belo Horizonte. 1998.</p> <p>KUNSCH, Margarida M. Krohling et al. Planejamento e gestão estratégica de relações públicas nas organizações contemporâneas. Análisi: quaderns de comunicació i cultura, p. 125-139, 2006.</p> <p>TAVARES, Maurício. Comunicação empresarial e planos de comunicação. EDA Atlas SA, 2010.</p> <p>GANDIN, Danilo. A posição do planejamento participativo entre as ferramentas de intervenção na realidade. Currículo sem fronteiras, v. 1, n. 1, p. 81-95, 2001.</p> <p>ANTONELLO, Ideni Terezinha. Potencialidade do planejamento participativo no Brasil. Sociedade & Natureza, v. 25, n. 2, p. 239-254, 2013.</p>
Políticas Públicas em Comunicação	<p>NEVES, Delma Pessanha. Políticas Públicas: Mediação e gestão de demandas sociais. Retratos de Assentamentos, v. 13, n. 1, p. 171-206, 2010.</p>
Relações Públicas	<p>HENRIQUES, Márcio Simeone. Aspectos críticos para a compreensão da lógica estratégica no relacionamento entre organizações e comunidades. Organicom, v. 14, n. 26, p. 32-40, 2017.</p> <p>HENRIQUES, Márcio Simeone; SILVA, Daniel Reis. Cambio climático: ¿una cuestión de relaciones públicas?. Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación, n. 136, p. 143-158, 2017.</p> <p>SAMPAIO, Adriano; SILVA, Daniel Reis; PORÉM, Maria Eugênia. Comunicação, inovação e organização.</p> <p>SILVA, Daniel Reis. Relações Públicas, ciência e opinião: lógicas de influência na produção de (in) certezas. 2017.</p>
Teoria da Complexidade	<p>TÔRRES, José Júlio Martins. Teoria da complexidade: uma nova visão de mundo para a estratégia. In: Proceedings of. 2005.</p>
Territorialização	<p>MONTEIRO, Guilherme Almeida. Do global ao local: um ensaio sobre a territorialização do ODS 6 no Distrito Federal. 2019.</p> <p>VANALI, Ana Crhistina. TERRITORIALIZAÇÃO DOS ODS: como estimular as agendas relacionadas à gestão sustentável nas cidades. Conhecimento Interativo, v. 15, n. 1, p. 184-190, 2021.</p>

O quadro apresenta uma organização das leituras feitas que sinalizam os aspectos de complexidades que precisam ser compreendidos para o trabalho de base para a territorialidade de um plano de ação global.

Pontua-se que é de interesse trabalhar suas correlações, no entanto, a fins do Trabalho de Conclusão de Curso, delimita-se em apresentar as leituras bases para pensar os aspectos de complexidade da proposta. Marca-se, assim, o interesse em dar continuidade à pesquisa com diferentes recortes de análise e reflexão.

De modo geral, o que é possível afirmar é que se faz necessário integrar e interagir com os públicos do programa de modo a considerar suas vulnerabilidades. Desse modo, considerando a Interseccionalidade nas micro e macro-políticas, propondo soluções para as necessidades especiais de públicos não-acessíveis e não-assistidos, é possível de fato garantir que a comunicação pública seja atravessada por uma comunicação popular.

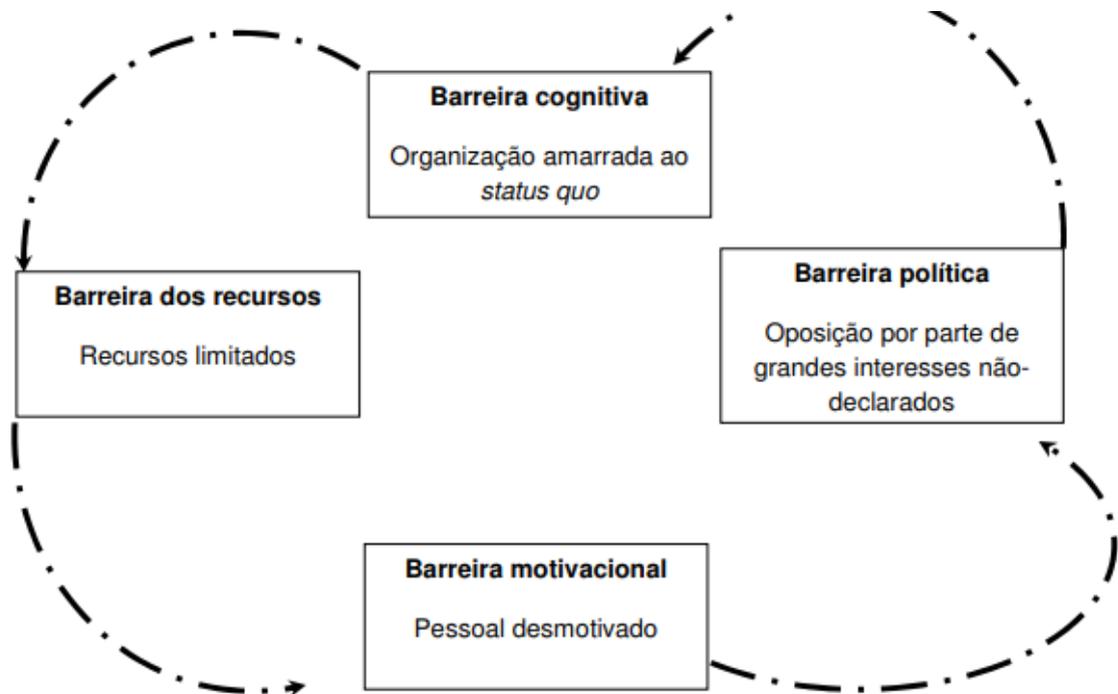
Para que isso seja possível, necessita-se de um planejamento estratégico que monitore, sustente, assessore e alimente o processo comunicacional participativo de forma que seja contínua.

6.3 PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO PARTICIPATIVO

Para criar um processo comunicacional, é importante um Planejamento Estratégico em Comunicação para guiar as políticas que embasam e direcionam a atuação no problema identificado e que o processo tem por objetivo solucionar.

O planejamento estratégico em comunicação “[...] é uma das funções administrativas [...] que permite estabelecer um curso de ações para atingir objetivos predeterminados, tendo em vista, sobretudo, a futuridade das decisões presentes, a fim de interferir na realidade para transformá-la” (p. 207). Em outras palavras, “qualquer estratégia impõe o desafio da execução” (KIM; MAUBORGNE, 2005, p.145), e quatro são as barreiras no âmbito interno: cognitiva, política, dos recursos e motivacional (FIG.2).

Figura 2: As quatro barreiras organizacionais à execução da estratégia



Fonte: KIM; MAUBORGNE, 2005, p.148.

De modo simplificado, o planejamento tem que posicionar as ações e atividades organizações, dar um propósito, isso implica em dimensões políticas que podem (in)visibilizar os processos organizacionais e comunicativos. Também precisa ser composto por pessoas engajadas, mobilizadas e sensibilizadas com a causa pelas quais se esforçam: um processo motivacional é demandado. Para isso e com isso, recursos humanos, tecnológicos e financeiros são requeridos, e como todos recursos há sempre uma limitação.

Desse modo, sabe-se que é inerente ao planejamento as barreiras. Essas barreiras nos servem para pensar numa proposta o mais aplicável possível, considerando esses pontos. Para superação dessas barreiras, é primordial que a ética profissional guie os caminhos do planejamento.

A partir disso, ele desenvolve um esquema do pensamento estratégico.

Figura 5: Esquema do pensamento estratégico



Fonte: OLIVEIRA, 2010a, p.91.

Na execução dessas nove fases, percebe-se que o planejamento é um processo que se retroalimenta, que é circular. O planejamento estratégico em comunicação é uma ferramenta potente para a sensibilização e mobilização de públicos com a motivação de engajar de modo contínuo. No entanto, só se garante a eficácia, eficiência e efetivação se o processo for participativo, dialógico, transversal e interseccional.

Um exemplo bem sucedido de planejamento estratégico participativo é o caso da cidade de Porto Alegre, capital do Rio Grande do Sul. Em 1990 foi protagonista do Orçamento Participativo que mostrou que a população tem condições de exercer a cidadania nos processos de decisão coletiva. Outro exemplo é o Planejamento Estratégico Participativo da Diretoria de Enfermagem, gestão 2004-2008, relatado no artigo de Gelbcke et al³³.

Ao pensar a Agenda 2030 como fio condutor da organização do planejamento, por ser uma agenda internacional, necessitou-se delimitar metas para ancorar o trabalho. A proposta é construída com fins de contrição com duas metas do Objetivo 17:

“17.16 - Reforçar a parceria global para o desenvolvimento sustentável, complementada por parcerias multissetoriais que mobilizem e compartilhem conhecimento, expertise, tecnologia e recursos financeiros, para apoiar a realização dos objetivos do desenvolvimento sustentável em todos os países, particularmente nos países em desenvolvimento;”

³³ GELBCKE, Francine et al. Planejamento estratégico participativo: um espaço para a conquista da cidadania profissional. *Texto & Contexto-Enfermagem*, v. 15, p. 515-520, 2006.

“17.17 - Incentivar e promover parcerias públicas, público-privadas e com a sociedade civil eficazes, a partir da experiência das estratégias de mobilização de recursos dessas parcerias.”

Essas duas metas guiam as decisões do planejamento. O movimento inicial aqui proposto é identificar programas e projetos similares com o que se pensa e propor um programa para a UFSM expandir o diálogo da Agenda 2030 para com a comunidade.

Pontua-se que há modelos de planejamento estratégico em comunicação para projetos como esse. Aqui apresenta-se panoramas gerais do planejamento para ciência da metodologia da pesquisa. Não se tem um jeito certo para ser feito, para fins desta pesquisa tomou-se decisões estratégicas para que o planejamento funcione.

Segue os projetos e programas que levamos como referência para a estruturação da proposta (quadro 3):

Quadro 4: Programas e projetos referências

Identificação	Descrição	Observações
UNB 2030	Os Programas Especiais de Extensão têm o objetivo de mobilizar ações de extensão da Universidade de Brasília para que desenvolvam ações articuladamente em torno de temas essenciais do mundo contemporâneo, tais como a Agenda 2030 e a dinâmica da comunicação e da integração social	Este é o programa que mais tem aproximações com o ideal dessa proposta.
Campus Sustentável Unicamp	O projeto da Unicamp tem a ambição de estabelecer um modelo de gestão e eficiência energética que possa ser replicado em outras instituições de ensino superior do Brasil e da América Latina.	Interessante a forma como o projeto trabalha a divulgação científica. A Agenda 2030 é discutida de modo que as produções sejam popularizadas para a comunidade. Pensa-se: e se houvesse um trabalho de divulgação científica sobre o desenvolvimento sustentável?
UMA - Universidade e Meio Ambiente	O projeto da UFSM tem a ambição de estabelecer um modelo de gestão e eficiência energética que possa ser replicado em outras instituições de ensino superior do Brasil e da América Latina.	O projeto reúne ações de conscientização e sensibilização acerca das práticas sustentáveis da UFSM para a comunidade acadêmica. E se essas informações sobre os avanços sustentáveis fossem divulgadas também para a comunidade? E se os municípios tivessem transparentes essas informações para consulta pública?

Quadro 4: Programas e projetos referências

Identificação	Descrição	Observações
Estratégia de integração e interação da FAO	COMUNICAÇÃO, F. A. O. diálogo e conciliação: DTPN, mais que um método, uma estratégia de integração e interação. Roma: FAO, 2007	A Comunicação da Organização das Nações Unidas para a Alimentação e a Agricultura (FAO) ³⁴ , refletem sobre a Conferência Internacional de Reforma Agrária e Desenvolvimento Rural (CIRADR) e a demanda pelo diálogo, tanto nas negociações, na inclusão, na participação e no desenvolvimento. Na Conferência estabeleceu-se como Visão que as políticas de desenvolvimento rural sejam mais focadas nas populações pobres e suas organizações.
Aplicativo Lazos: América Latina	Projeto de pesquisa e extensão que trabalham a mediação de um aplicativo com o desenvolvimento rural por meio de práticas comunicativas. É, de modo breve, uma metodologia de interação e integração com os públicos de modo a exercer a ação educativa.	E se essa metodologia fosse articulada para alinhar-se às ações do programa? E se esse modelo de aplicativo para criar redes comunitárias fosse uma das abordagens para se pensar a atuação do programa?
Projetos Vozes	O Projeto Vozes teve o objetivo elaborar e pactuar a agenda 2030 Taquari. A partir das discussões sobre a cidade sustentável que a comunidade queria, foi elaborada uma mandala simbólica com as proposições para a agenda.	Pensar em assessores populares é fundamental. Capacitar a população para assessorar o desenvolvimento sustentável, denunciar acontecimentos importantes e produzir conteúdos.

Com esses estudos e as participações em reuniões, consultas, eventos e debates sobre a implementação da Agenda 2030 no Brasil e o papel das Instituições de Ensino e Pesquisa para o desenvolvimento sustentável, a proposta tomou encaminhamentos mais práticos para a construção do programa. Vamos entender um pouco mais sobre ele.

³⁴ Considera-se o nome em Inglês: Food and Agriculture Organization of the United Nations

7. PRODUTO E SUA METODOLOGIA

Após compreender mais sobre os temas e refletir em reuniões mediadas por Tecnologias de Informação e Comunicação Digitais (TICDs) com pesquisadores da Agenda 2030 e em experiências da práxis nas consultorias de comunicação para o projeto Selo ODS e as Instituições de Ensino Superior, alguns pontos estratégicos iniciais foram apontados.

Nos debates de como ocorre o processo de localidade, de territorialização, correlações eram feitas com uma necessidade emergente: fazer com que a Agenda 2030 fosse mais popularizada, fosse algo de entendimento da população. Por isso o processo do planejamento tem por objetivo a criação de condições para a deliberação.

A partir disso, apresenta-se o desenho do Programa Estratégico em Comunicação chamado Vanguarda Sustentável, com a finalidade de propor um processo que incentive a participação da comunidade na implementação dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável. Aqui, busca-se apresentar o esboço piloto para ser apresentado para as instituições (prefeitura, direção da UFSM, coordenações de projetos, etc..) para ter um ponto de partida para a construção coletiva do mesmo.

7.1 IDENTIFICAÇÃO (projeção)

- a) **Título do projeto:** VANGUARDA SUSTENTÁVEL FW (aqui indicado como FW, pois a proposta piloto de implementação é em Frederico. O nome Vanguarda Sustentável busca ser um sinal de que a metodologia é referenciada nas fundamentações apresentadas no trabalho experimental.

- b) **Coordenadores do projeto:** (aqui indicar os coordenadores do projeto, que deve ser atualizado todos os anos. Importante que os cargos sejam paritários, considerando a diversidade).

- c) **Classificação do projeto:** Desenvolvimento Institucional.

- d) **Órgão envolvido:** Comunicação Integra UFSM e seus projetos envolvidos, projetos de desenvolvimento institucionais alinhados com os objetivos do programa, prefeituras e secretarias municipais, etc. (Indicar os órgãos envolvidos no programa. Para isso, é obrigatório a oficialização por meio de ofício circular).

- e) **Local de execução:** Universidade Federal de Santa Maria Campus de Frederico Westphalen. Município de Frederico Westphalen. (Importante ressaltar que este tópico não diz respeito ao município em que a produção e planejamento do programa é feito, mas sim as localidades em que as atuações e atividades são implementadas).
- f) **Período de execução:** Janeiro de 2022 até Janeiro de 2027
- g) **Equipe do projeto:** EM ABERTO (assim como descrito no tópico de Recursos Humanos, faz-se necessário que haja os nomes das pessoas ocupantes das profissões listadas para a equipe).
- h) **Público alvo:** DIAGNOSTICAR (esse tópico faz parte da construção coletiva da equipe que implementará o piloto. É recomendável, neste tópico, a aplicação da técnica de escala de vinculação e de aproximação).
- i) **Conteúdo relacionado:** Comunicação Estratégica; Gestão Informacional e Desenvolvimento Sustentável

7.2 APRESENTAÇÃO

Vanguarda Sustentável é um Programa Estratégico em Comunicação de apoio à Universidade Federal de Santa Maria na implementação local e regional da Agenda 2030 que tem por objetivo sensibilizar, engajar, alinhar e assistir projetos e organizações dos três setores numa frente para o desenvolvimento sustentável.

O Programa Estratégico nasce do diagnóstico de que para alcançar as metas da Agenda 2030 necessita-se do empenho de todos os setores da sociedade civil. Enquanto uma proposta de mobilização, participação e engajamento, busca-se estabelecer uma rede de compartilhamento, deliberação e parcerias para a localização dessas metas e objetivos.

A Vanguarda Sustentável se trata de um processo de comunicação que garante a deliberação popular acerca da implementação dos ODS no território e mobiliza parcerias e recursos para a potencialização do alcance das metas da Agenda 2030 nos municípios do Rio Grande do Sul. O Programa tem como missão assegurar que a sociedade civil compreenda os acontecimentos por um desenvolvimento sustentável. Isso pois, estabelece como visão que o

Programa sirva como referência metodológica para que profissionais da comunicação apliquem em planejamentos de implementação dos ODS nos municípios, de modo que fortaleça os indicadores de compreensão, engajamento e participação pública e assegure a participação dos três setores.

Para que isso seja possível, consideram-se embasamentos da Comunicação Popular, Comunicação Pública, Comunicação Acessível, Comunicação para o Desenvolvimento e da Comunicação Integrada³⁵. Dito isso, técnicas, instrumentos e atividades em Comunicação são empenhados para: a) a criação e sustentação de Conselhos Comunitários para ouvir as diversas comunidades locais; b) o fomento à popularização dos meios de comunicação e produção de informação e; c) a práxis educacional para que as informações sejam compreendidas por todos os públicos de modo acessível e que incentive o agir comunicativo.

7.3 JUSTIFICATIVA E REFERENCIAL TEÓRICO

Estudos comprovam que para que as injustiças acabem, como a fome, a pobreza, as desigualdades e mudanças climáticas, um novo modelo de organização social se faz necessário³⁶. Criar uma vanguarda pelo desenvolvimento sustentável nunca foi tão emergente. Historicamente revolucionário. Urgentemente necessário. As mudanças já estão acontecendo, como o caso dos empregos verdes, a economia carbono zero, entre outros acontecimentos importantes para os novos caminhos de uma vida sem pandemia do vírus SARS-CoV-2.

Porém, é sabido que as consequências da pandemia potencializada pela crise sanitária da variante conhecida como COVID-19 são permanentes. A desigualdade social cresceu e as consequências ainda são desconhecidas. Ou medidas são tomadas ou as gerações futuras sofrem perigo.

Desde 2015, a Organização das Nações Unidas organiza em 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) uma Agenda global com o objetivo de articular esforços de instituições públicas e privadas para o desenvolvimento sustentável global. Em 2020, inicia-se a Década de Ação, os 10 anos dedicados para a implementação efetiva do plano de ação local pelos governos nacionais e subnacionais, visto as dificuldades e barreiras que o mundo enfrenta para alcançar as 169 metas.

³⁵ Esses conceitos serão apresentados, de modo a indicar caminhos de sua práxis, na capacitação que se propõe como primeiro passo da metodologia da proposta.

³⁶ Segundo o Relatório Luz 2021 do GT Agenda 2030 disponível em <<https://gtagenda2030.org.br/relatorio-luz/relatorio-luz-2021/>>.

Mostra-se, assim, que o engajamento mundial da sociedade civil ainda não é suficiente para mudar de forma estrutural a organização social que permite com que as condições sejam desiguais, injustas e contrárias às cinco prioridades elencadas pela Agenda 2030: Pessoas, Planeta, Prosperidade, Paz e Parcerias. Considera-se que isso ocorre por interesses políticos, que asseguram privilégios a pequena parcela da população.

A partir disso, sugere-se a construção de um projeto contínuo e processual em comunicação, ancorado no ODS 17 - Parcerias em prol da Agenda 2030, que não só estabeleça parcerias para o alinhamento dos esforços para com os *Objetivos de Desenvolvimento Sustentável* como também garanta à comunidade local e regional os meios de participação e deliberação nos processos da implementação dos ODS em suas realidades.

Para isso, temos como laboratório de execução a Universidade Federal de Santa Maria campus Frederico Westphalen (UFSM-FW) para construção desse processo. Pensa-se na Universidade como pilar no alinhamento de diversos setores, organizações, entidades e públicos de Frederico Westphalen e Região na territorialização da Agenda 2030 por meio de um processo comunicativo e dialógico. Ressalta-se que o programa nasce de um Trabalho de Conclusão de Curso, e é por conta disso que a metodologia do trabalho, além da natureza exploratória bibliográfica e documental, é o próprio fazer do programa, sendo uma pesquisa-ação experimental e exploratória.

O Programa Estratégico na UFSM é proposto de forma que dê suporte pedagógico, técnico, administrativo e jurídico às demandas sociais da comunidade em relação aos ODS, territorializando uma demanda global e solucionando problemas estruturais por meio de parcerias público-privadas sistematizadas num processo comunicacional. Além disso, auxilia em metas institucionais do Plano de Desenvolvimento Institucional da UFSM, em Relatórios e Planos de Gestão das Parcerias, e no fortalecimento da Governança.

7.4 CONDICIONAMENTO

7.4.1 Plano de Desenvolvimento Institucional (PDI)

O Plano de Desenvolvimento Institucional da Universidade Federal de Santa Maria possui 44 objetivos distribuídos em sete desafios. A proposta busca contribuir com os sete objetivos, visto a transversalidade do tema. São os desafios:

- D1 Internacionalização
- D2 Educação Inovadora e transformadora com excelência acadêmica

- D3 Inclusão Social
- D4 Inovação, geração de conhecimento e transferência de tecnologia
- D5 Modernização e desenvolvimento organizacional
- D6 Desenvolvimento local, regional e nacional
- D7 Gestão ambiental

7.4.2 Plano de Desenvolvimento de Unidade (PDU)

Os desafios em diálogo com o PDU são:

- Fomentar interação com a comunidade externa
- Fomentar programas institucionais de extensão com impacto social
- Ampliar a captação de recursos
- Estabelecer canais de comunicação e divulgação institucionais
- Viabilizar estratégias de integração e melhoria de qualidade de vida
- Ampliação do transporte coletivo municipal e intermunicipal
- Fomentar convênios internacionais de cooperação de pesquisa
- Promoção de eventos, palestras, seminários internacionais
- Fomentar projetos interdisciplinares
- Promoção de eventos/ações coletivas com a temática ambiental
- Ampliar a participação nas representações locais

7.4.3 Política de Comunicação³⁷

O Programa deve levar em consideração o Regulamento de Política de Comunicação da UFSM. Com isso, os processos de comunicação precisam estar condizentes com as políticas da Universidade.

7.4.4 Política de Extensão³⁸

a) **Áreas Temática:** Comunicação

³⁷ Regulamento da Política de Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria disponível em <<https://www.ufsm.br/app/uploads/2018/08/Política-de-Comunicação.pdf>>

³⁸ Políticas de Extensão da Universidade Federal de Santa Maria disponível em <<https://www.ufsm.br/app/uploads/sites/346/2020/12/ANEXO-H-AREAS-E-LINHAS-TEMATICAS-DA-POLITICA-DE-EXTENSAO.pdf>>

b) **Linha de Extensão:** Comunicação Estratégica e Gestão Informacional

c) **Linhas de Ação:**

- *Eixo 1* – Foco em inovação e sustentabilidade: promover ações para difusão e transferência de conhecimento com foco na inovação para a comunidade;
- *Eixo 2* – Inclusão; acesso e acessibilidade; cooperação e inserção social: apoiar as práticas voltadas ao atendimento das necessidades sociais relacionadas às diferentes áreas temáticas definidas pela Política de Extensão;
- *Eixo 3* – Qualificação das atividades acadêmicas: estimular projetos que atendam às necessidades da sociedade e do mundo do trabalho, para o direcionamento das ações de extensão.

7.5 OBJETIVOS

7.5.1 Objetivo Geral

Sensibilizar, conscientizar, mobilizar e engajar atores, agentes e públicos de modo a estabelecer uma rede de compartilhamento, deliberação e parcerias em prol da implementação da Agenda 2030 e da localização dessas metas e objetivos.

7.5.2 Objetivos Específicos

- a) Articular ações da região em uma vanguarda para o Desenvolvimento Sustentável na transversalidade da Governança do Ensino, Pesquisa, Extensão e Gestão para às demandas sociais e uma economia sustentável local.
- b) Aumentar significativamente os indicadores de participação da sociedade civil no engajamento por um desenvolvimento sustentável;
- c) Criar redes de deliberação para que a comunidade civil possa participar dos processos de implementação dos ODS e pautar políticas públicas que contribuam diretamente das metas;

- d) Fomentar iniciativas de assistência pedagógica, capacitação, sensibilização, mobilização e deliberação acerca dos temas transversais aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável;
- e) Garantir a continuidade, a autonomia, a transparência e a comunicação pública e popular dos processos comunicativos sobre o desenvolvimento sustentável.

7.5.2.1 No Ensino

- Fomentar a transversalidade das questões socioambientais nas práticas de ensino, incentivando a *atuação verde*³⁹

7.5.2.2 Na Pesquisa

- Fomentar incentivo e investimento em pesquisas que tenham como tema o Desenvolvimento Sustentável.

7.5.2.3 Na Extensão

- Consolidar uma rede de participações ativas com diversos agentes da comunidade local e regional.

7.5.2.4 Na Gestão

- Ser referência na implementação da Agenda 2030 nas Universidade e Instituições de Ensino Superior

7.5.2.5 No Município

- Posicionar Frederico Westphalen enquanto protagonista do processo de territorialização dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentáveis no Rio Grande do Sul e no Brasil

³⁹ Pautada nos chamados Empregos Verdes.

7.6 ESTRATÉGIAS

7.5.1 Implementar Conselhos Comunitários nos municípios atuantes

- a) Criação de Conselhos Comunitários em bairros, regiões e comunidades dos municípios e regiões;
- b) Capacitar Assessores Populares para trabalhar a comunicação popular para a deliberação.

7.5.2 Integrar projetos de pesquisa, ensino e extensão

- a) Selecionar projetos pilotos para iniciar propostas de parceria e consolidar lógicas de comunicação interna;
- b) Dar assistência técnica e pedagógica aos projetos interessados em integrar as atividades do programa;
- c) Buscar fomento e investimento financeiro para propostas parcerias por meio de projetos colaborativos;
- d) Alinhar os projetos integrantes do programa no Selo ODS IES.

7.5.3 Alinhar ações e políticas dos três setores

- a) Oferecer capacitações, webinários e oficinas para participantes do programa;
- b) Prestar consultoria de alinhamento das organizações parcerias no que diz respeito ao alinhamento da Agenda 2030 na Comunicação Organizacional;
- c) Aproximar, por meio de projetos, objetivos em comum das organizações parceiras para otimizar e potencializar os impactos das ações;
- d) Criar e mediar grupos de interação e redes de inovação, apoio e desenvolvimento entre os participantes do programa.

7.5.4 Fomentar práticas educacionais e de divulgação científica

- a) Criar, sustentar e gerir ecossistemas comunicativos de deliberação e popularização da ciência confiáveis à população;

- b) Oferecer cursos gratuitos para a comunidade sobre direitos humanos, empreendedorismo sustentável, cidadania, entre outros temas;

7.5.5 Pesquisa e Avaliação

- a) Aplicação da Régua da Efetividade em Relações Públicas;
- b) Criar um processo continuado avaliativo que acompanhe a compreensão dos públicos acerca da Agenda 2030.

7.5.6 Divulgação de eventos, acontecimentos

- a) Publicação de relatórios com a metodologia do projeto, para possíveis replicações e adaptações em contextos diferentes;
- b) Publicização de eventos, webinários e estudos que estejam alinhados aos objetivos do programa;
- c) Fomento a divulgação científica.

7.7 METODOLOGIA

Por ser um processo de comunicação participativo, sua realização é a própria metodologia. Por conta disso, aqui descreve-se as projeções que se pretende com o programa.

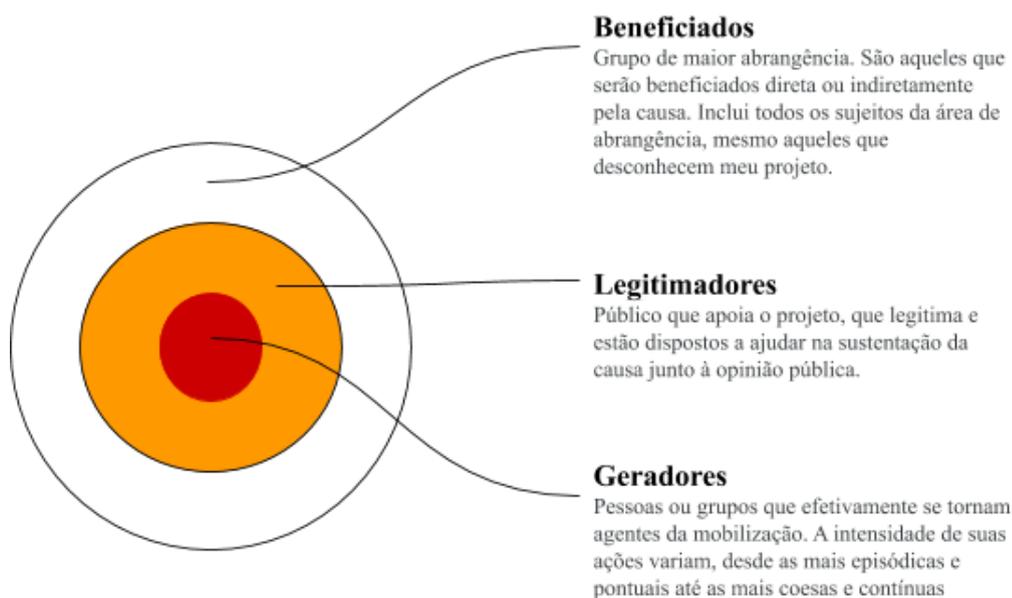
O primeiro passo para que o programa seja executado é a etapa inicial do planejamento (diagnóstico, matriz SWOT, etc.) será posta em prática, considerando os aspectos fundantes da proposta. Desse modo, os fluxos de trabalhos e as demandas essenciais para o desenvolvimento serão acordados. Como por exemplo: quantos podcasts mensais serão feitos? Quais rádios, canais e mídias vão ser veiculados os conteúdos? Entre outras decisões iniciais, no que diz respeito às questões internas do funcionamento do trabalho e da equipe, ditarão o ritmo do progresso dos objetivos.

Ainda nesse passo, os profissionais selecionados por meio de editais terão estudo imersivo no que diz respeito a Agenda 2030, seu processo de territorialização e as ferramentas de comunicação popular e pública. É oferecida capacitações constantes das pessoas integrantes dele sobre Comunicação Popular, Comunicação Pública, Comunicação Acessível, Comunicação para o Desenvolvimento, da Comunicação Integrada e os temas transversais ao debate sobre o desenvolvimento sustentável a partir de metodologias ativas.

O segundo passo é a delimitação dos públicos. É importante que a etapa de capacitação seja feita, só assim as técnicas de diagnóstico de público garantirá a maior aproximação da projeção com a realidade. Como técnica de definição de públicos, além das escolhidas pela equipe, é indicado como obrigatório a utilização da Matriz BLG, podendo ter adaptações para a realidade da proposta.

A técnica da matriz BLG, conhecida também como mapa tridimensional, segmenta três níveis de aproximação: beneficiados (B), legitimadores (L) e geradores (G). Segundo Henriques (2004 pág. 51) “o público beneficiado é entendido como sendo toda as pessoas e instituições que podem ser localizadas dentro do âmbito espacial que o projeto delimita para sua atuação”; já o público legitimador é o “grupo de pessoas ou instituições que, localizados dentro do âmbito espacial do projeto, não apenas se beneficiam com os seus resultados, mas, possuindo informações acerca da existência e operação, são capazes de reconhecê-lo e julgá-lo como útil e importante, podendo se converter em colaboradores diretos em qualquer tempo” e os geradores são aqueles “localizados dentro do que se define como âmbito espacial do projeto, não apenas se beneficiam com os seus resultados ou dispõem-se a legitimar a sua existência, mas efetivamente organizam e realizam ações em nome do projeto”. Sintetiza-se na imagem abaixo as três categorias de públicos:

Figura 4: Ilustração da Matriz BLG



Fonte: desenho do autor

Somente assim, é possível o terceiro passo: a capacitação dos Geradores, não só aqueles que desenvolvem ações mais coesas e contínuas, como também para aqueles das atividades pontuais do projeto piloto. Assim então é possível as etapas para construção de um Conselho Comunitário Deliberativo, formado por lideranças de bairros e comunidades. Em concomitância também oferece capacitações para as parcerias legitimadoras.

Como quarto passo, busca-se ouvir a população local sobre a compreensão acerca da Agenda 2030. Para isso, pensa-se nas seguintes perguntas:

Quadro 4: Perguntas para Pesquisa de Opinião Pública.

1- Você conhece a Organização das Nações Unidas (ONU)?
2- Você sabe como funciona a ONU?
3- Você sabe o que é a Agenda 2030?
4- Você já teve contato com alguma tecnologia social?
5- Por onde você consome informação?
6- Você se sente bem informado sobre as coisas que acontecem no mundo?

Fora elas, é possível construir outros materiais de pesquisa e diagnóstico de compreensão. Pensa-se nessas seis perguntas para um entendimento mais genérico sobre a percepção dos públicos acerca do próprio entendimento sobre o assunto. Importante ressaltar que o passo da pesquisa aqui proposto deve ser contínuo, sempre atualizado e com acompanhamento contínuo para monitorar como os públicos têm percebido o tema.

Importante ressaltar que é obrigatório a Régua da Efetividade em Relações Públicas como método de mensuração e avaliação da compreensão pública.

O quinto passo diz respeito a atuação mais prática do projeto, de ir à campo na sociedade e fomentar que a população seja produtora de conteúdo acerca de suas realidades, oferecendo experiências educacionais para a conscientização de que elas são agentes transformadores importantes para a mudança social. Neste passo, busca-se estratégias de relacionamento que as incentivem ao protagonismo.

Os próximos passos são decorrentes das demandas das atividades do contexto de sua implementação. Destaca-se que em todas etapas, a assistência pedagógica e a descentralização são peças fundamentais para a coesão nas ações.

7.8 CRONOGRAMA DE ATIVIDADES E AÇÕES

Para que isso aconteça, pensa-se na seguinte proposta de cronograma:

Tabela 4 - Cronograma de 2021

Atividades/mês	Mai.	Jun.	Jul.	Ago.	Set.	Out.	Nov.	Dez.
Parcerias com a Diretoria da UFSM-FW								
Parcerias com projetos da UFSM								
Parceria com as IES locais e regionais								
Parceria com Prefeitura e Câmara dos Vereadores								
Parceria com Governo do Estado								
Parceria com os veículos de Comunicação								
Criação dos Conselhos Comunitários								
Parceria com empresas								

Tabela 5 - Cronograma de 2022

Atividades/mês	Jan.	Fev.	Mar.	Abr.	Mai.	Jun.	Jul.	Ago.	Set.	Out.	Nov.	Dez.
Capacitação para as parcerias												
Capacitação para os agentes												
Entrevistas												
Pesquisas												
Plataforma ODS FW												
Parcerias com escolas												
Encontro Frederiquense de Desenvolvimento Local												
Inscrições para o Selo Social												
Avaliação e Controle												
Relatório Luz												

Tabela 6 - Cronograma de 2023

Atividades/mês	Mai.	Jun.	Jul.	Ago.	Set.	Out.	Nov.	Dez.
Controle								
Elaboração do projeto anual								
Pesquisa								
Ser avaliado com > 60 no Índice de Desenvolvimento Sustentável das Cidades								
3 IES reconhecidas com o Selo ODS IES								
Avaliação e Controle								
Relatório Luz								

7.9 RECURSOS HUMANOS

Os recursos aqui apresentados foram pensados tendo em conta: a) recursos internos da UFSM para fomento de bolsas para pesquisa, ensino, extensão e auxílio administrativo e b) editais que buscam propostas de soluções que condizem com a proposta dos ODS. É importante ressaltar que aqui apresentamos uma proposta.

Para compor a equipe do projeto, pensa-se nas seguintes vagas:

Tabela 7 - Função dos Participantes

PARTICIPANTES DO PROJETO					
Função	Valor Mensal (R\$)	Carga Horária	Duração (Meses)	Total Mínimo (R\$)	Total Máximo (R\$)
Assessor	600,00 - 3.000,00	18 - 35	12	7.200,00	36.000
Apurador de fatos	600,00 - 3.000,00	18 - 35	12	7.200,00	36.000
Coordenador em Assuntos Socioambientais	600,00 - 3.000,00	18 - 35	12	7.200,00	36.000
Coordenador em Assuntos Socioambientais	600,00 - 3.000,00	18 - 35	12	7.200,00	36.000
Coordenador de Planejamento	600,00 - 3.000,00	18 - 35	12	7.200,00	36.000
Coordenador de Planejamento	600,00 - 3.000,00	18 - 35	12	7.200,00	36.000
Coordenador de Projetos	600,00 - 3.000,00	18 - 35	12	7.200,00	36.000
Coordenadora de Orçamento e Finanças	600,00 - 3.000,00	18 - 35	12	7.200,00	36.000
Coordenador de Relações Internacionais	600,00 - 3.000,00	18 - 35	12	7.200,00	36.000
Consultor Legislativo	600,00 - 3.000,00	18 - 35	12	7.200,00	36.000
Educomunicador	600,00 - 3.000,00	18 - 35	12	7.200,00	36.000

Tabela 7 - Função dos Participantes

Educomunicador	600,00 - 3.000,00	18 - 35	12	7.200,00	36.000
Produtor de Conteúdo	600,00 - 3.000,00	18 - 35	12	7.200,00	36.000
Produtor de Conteúdo	600,00 - 3.000,00	18 - 35	12	7.200,00	36.000
Produtor de Conteúdo	600,00 - 3.000,00	18 - 35	12	7.200,00	36.000
Relações Públicas	600,00 - 3.000,00	18 - 35	12	7.200,00	36.000
Total Geral				115.200,00	576.000

7.10 RESULTADOS ESPERADOS

1. Alinhar os esforços de organizações, entidades, instituições e públicos para a territorialização da Agenda 2030
2. Alcançar indicadores positivos de conscientização da população acerca do desenvolvimento sustentável
3. Plataforma de diálogo e compartilhamento da cidade elaborada até 2022
4. O município ter o reconhecimento do Selo Social até 2023
5. Frederico Westphalen ser avaliado com > 60 no Índice de Desenvolvimento Sustentável das Cidades até 2023;
6. Ter 3 Instituições de Ensino Superior da cidade reconhecidas com o Selo ODS IES até 2023 no município;

7.11 INDICADORES DE AVALIAÇÃO

Os indicadores serão feitos de acordo com a Régua da Efetividade. O restante, para avaliar as metas, deve ser construído de modo conjunto.

8. CONSIDERAÇÕES PARCIAIS

O trabalho é uma proposta de encaminhamento. As contribuições podem ser entendidas como: a) um alerta para uma problemática global que tem impacto e implantação local; cujas Universidades Públicas têm papel fundamental na implementação, principalmente no que diz respeito a Educação de Qualidade e na Parceria em prol das metas; b) propor uma metodologia de planejamento para que possa ser utilizado pela comunidade acadêmica e local

no processo de deliberação e; c) indicar leituras, estudos e reflexões sobre as temáticas para a implementação de programa que estejam em alinhamento com a Agenda 2030.

Aqui não se busca uma novidade, mas sim uma forma de ação para que as Universidades não só trabalhem a Agenda 2030 no âmbito institucional, como também coloque a Comunidade Local dentro do debate e soluções. Aqui, para além de ser uma pesquisa bibliográfica, na qual teve reflexões a partir de autores, e exploratória, na qual teve um estado da arte sobre os temas transversais, traz uma proposta de intervenção, de utilização desse conhecimento, para benefício da sociedade ao entorno. O trabalho de conclusão de curso é um esforço para tornar os processos de desenvolvimento locais mais participativos. Com isso, há a ciência de que esses esforços vão para além dele mesmo.

Dessa forma, investigações científicas serão produzidas a partir de resultados parciais desta exploração. Ainda, buscará implementar o programa na UFSM como forma de consolidar a ação proposta.

Para a área da Comunicação, pontua-se que as práticas comunicativas assumam um papel pedagógico, marcado por ações educativas, que ofereçam aos públicos a compreensão dos processos de complexidade das temáticas pautadas. Para as Relações Públicas, pontua-se que suas atividades devem alinhar-se sempre ao interesse público e para um desenvolvimento sustentável e que garanta processos deliberativos.

Considera-se que para que a Agenda 2030 seja implementada no Brasil, é necessário que a população entenda o que ela é, como ela funciona e como as pessoas podem colocar isso nos seus cotidianos. Para que a territorialização aconteça, além de entidades governamentais envolvidas, precisa-se colocar na pauta e debate público os esforços coletivos para a localização dos ODS. Ainda, é preciso capacitar os cidadãos para serem produtores de informações que possibilitem um diálogo participativo, incentivando que o processo de deliberação seja integrativo. Só no contato com essas diversidades existentes de realidades, garantidos pela integratividade do processo, na segurança da pluralidade de condições de acessibilidade e vulnerabilidades, que se pode de fato ter efetividade visto o grau impacto que a Agenda 2030 proporciona.

Um outro ponto é pensar nas possibilidades que os avanços nas Tecnologias de Informação e Comunicação oportunizaram e que precisam ser utilizados para o interesse público e não para fins lucrativos de poucos. Se, por exemplo, a Internet das Coisas, a Inteligência Artificial e as inovações proporcionadas pelo paradigma da datificação, do Big Data, fossem utilizadas para o engajamento em prol dos avanços socioambientais, o processo de desenvolvimento sustentável seria potencializado.

Com isso sugere-se que o investimento na implementação local da Agenda 2030 é um fomento que se transforma em avanços tecnológicos, em políticas públicas, em modelos de gestão e projetos, entre outros méritos da ciência extensionista.

Relata-se a urgência na institucionalização brasileira do Guia Agenda 2030 proposto pela Unesp e UnB, na qual insere a Agenda territorializada os ODS 18 - Igualdade de Raça, 19 - Arte, Cultura e Comunicação e 20 - Direitos dos Povos Originários e Comunidades Tradicionais. Também informa-se que para fins de utilização possível do Programa e publicitação do trabalho em que colaborei, o Guia da Transversalidade e Interseccionalidade dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável, uma ferramenta para a extensão universitária trabalhar a Agenda 2030 para com a comunidade.

Por fim, prova-se aos pares na autoavaliação de que as Relações Públicas no Brasil enfrentam uma crise identitária ao passo em que em sua literatura não se é indicado os ODS como valores éticos da Responsabilidade Social. Isso em diálogo das reflexões (GONÇALVES; RUIZ-MORA, 2020) acerca de uma Ética Global das Relações Públicas.

Assim, este estudo cumpre seu objetivo exploratório e experimental, dando início a diversas outras possibilidades de investigação e atuação em Comunicação para a territorialização da Agenda 2030. Vejamos: se a ideia inicial era compreender como a comunicação pode contribuir com esse processo local, várias possibilidades foram apresentadas.

É sabido que ela pode contribuir para informar notícias que denunciam a realidade e acontecimentos, como também pode colaborar nas campanhas publicitárias. Ou, quando programas de rádio e televisão dão visibilidade para esses temas de modo que a população tenha mais conhecimento. Também é possível que, pela justificativa do Marketing Verde, as empresas tentem esforços para serem mais sustentáveis. No entanto, para que a Agenda 2030, um plano de ação internacional com dimensões transversais e aspectos complexos que causam rupturas em estruturas de poder-resistência, seja implementada, a comunicação precisa além de coordenar todas as atividades apresentadas num canal sistemático de comunicação e informação, garantir que os públicos e atores tenham participação e exerçam uma cidadania comunicativa (MATA, 2006) para além de crianças e jovens.

Dito isso, observa-se que o debate sobre o desenvolvimento sustentável, sobre como caminharemos em comunidade para esse projeto de futuro, ainda seguem lógicas excludentes dos que mais precisam estar no debate: a população. E é papel dos profissionais relações-públicas integrá-la na discussão para garantir que o interesse público seja efetivado.

REFERÊNCIAS

- BRAGA, Clara S.; HENRIQUES, Márcio S.; MAFRA, Rennan L. M.. *O planejamento da comunicação para a mobilização social: em busca da co-responsabilidade*. In: HENRIQUES, Márcio (org.). Comunicação e estratégias de mobilização social. Belo Horizonte: Autêntica: 2004
- CARBONARI, Maria; PEREIRA, Adriana. **A extensão universitária no Brasil, do assistencialismo à sustentabilidade**. São Paulo, Setembro de 2007.
- FOUCAULT, M. (1979). **Microfísica do poder** (R. Machado, Trad. e Org.). Rio de Janeiro, RJ: Graal.
- GALVÃO, Thiago Gehre. O Brasil e a agenda ambiental no século 21: clima, energia e segurança. **Revista Múltipla, Brasília**, v. 21, n. 27, p. 69-94, 2009.
- GONÇALVES, Gisela; RUIZ-MORA, Isabel. A ética das Relações Públicas. Um estudo comparativo dos códigos de conduta profissional em Espanha e Portugal e o código da Global Alliance for Public Relations and Communication Management. **Profesional de la Información**, v. 29, n. 3, 2020.
- JENIZE, Edineide. **As Práticas Curriculares e a Extensão Universitária**. 2004.
- KUNSCH, Margarida Maria Krohling. **Planejamento de Relações Públicas na Comunicação Integrada**. São Paulo, Summus, 2003.
- MATA, María Cristina. Comunicación y ciudadanía. Problemas teórico-políticos de su articulación. **Fronteiras-estudos midiáticos**, v. 8, n. 1, p. 5-15, 2006.
- MORAES, Cláudia Herte de; DA SILVA VERONEZI, Kawê. EDUCOMUNICAÇÃO E RELAÇÕES PÚBLICAS: Perspectivas integrativas para a práxis. **Simpósio Internacional de Educação e Comunicação-SIMEDUC**, n. 10, 2021.
- MORIN, Edgar. **Introdução ao pensamento complexo**. Tradução do francês Eliane Lisboa. Porto Alegre: Sulina, 2006.
- ONU. **Pacto Global**, 2020 <<https://pactoglobal.org.br/ods>>
- PERUZZO, Cicilia Krohling. **Relações públicas no modo de produção capitalista**. 1986. Tese de Doutorado. Summus Editorial.
- PORTO, Maria Alice Guedes. **O Planejamento estratégico como forma de otimizar o gerenciamento nas organizações**. XIII SIMPEP - Bauru, SP, Brasil, 6 a 8 de Novembro de 2006. (CEPPEV) magportto@yahoo.com
- RANCIÈRE, Jaques. **O desentendimento: política e filosofia**. São Paulo: 34, 1996a.
- REGUILLO, R. **Imaginação e protesto: comunicação e subjetividade**. 2017.
- RIBEIRO, Carina Coelho. **Planejamento estratégico: análise da experiência de 2012 implementação em indústria de médio porte de Minas Gerais**. Pedro Leopoldo: FPL ,

2012. 96p. Dissertação: Mestrado Profissional em Administração. Orientador: Prof. Dr. Mauro Calixta Tavares.

SILVA, Valéria. **Ensino, pesquisa e extensão**: Uma análise das atividades desenvolvidas no GPAM e suas contribuições para a formação acadêmica. Vitória, novembro de 2011.

SCHWAAB, Reges. Comunicação. **Estrato de verbetes**: dicionário de comunicação organizacional / Daiane Scheid, Jones Machado Patrícia Pérsigo (orgs.) - Santa Maria: Facos - UFSM, 2018

TÔRRES, José Júlio Martins. Teoria da complexidade: uma nova visão de mundo para a estratégia. In: **Proceedings of**. 2005.

WHEATLEY, M. **Liderança e a nova ciência**. São Paulo: Cultrix. 1999.