

Terezinha Corrêa Lindino
Angélica Gois Morales

ECODIGITAL

Reflexões sobre a educação socioambiental
na gestão ambiental empresarial digital



UNIVERSIDADE ESTADUAL DE PONTA GROSSA

REITOR

Miguel Sanches Neto

VICE-REITOR

Ivo Mottin Demiate

PRÓ-REITORA DE EXTENSÃO E ASSUNTOS CULTURAIS

Maria Salete Marcon Gomes Vaz

EDITORA UEPG

Beatriz Gomes Nadal

CONSELHO EDITORIAL

Beatriz Gomes Nadal

Adilson Luiz Chinelatto

Antônio Liccardo

Augusta Pelinski Raiher

Dircéia Moreira

Giovani Marino Favero

Ivana de Freitas Barbola

Maria Salete Marcon Gomes Vaz

Névio de Campos

Terezinha Corrêa Lindino
Angélica Gois Morales

ECODIGITAL

Reflexões sobre a educação
socioambiental na gestão
ambiental empresarial digital



Editora
UEPG

**Copyright © by Terezinha Corrêa Lindino, Angélica Gois
Morales & Editora UEPG**

EQUIPE EDITORIAL

COORDENAÇÃO EDITORIAL

Beatriz Gomes Nadal

REVISÃO

Eduarda da Matta

CAPA, PROJETO GRÁFICO E DIAGRAMAÇÃO

Andressa Marcondes

L745 Lindino, Terezinha Corrêa
Ecodigital: reflexões sobre a educação socioambiental
na gestão ambiental empresarial digital [livro eletrônico]/
Terezinha Corrêa Lindino; Angélica Gois Morales. -- Ponta
Grossa: Editora UEPG, 2022.
140p. il

ISBN: 978-65-86234-45-9

DOI: 10.5212/86234-45-9

1. Ciências ambientais. 2. Educação ambiental.
3. Conscientização. 4. Mídias digitais. I. Lindino, Terezinha
Corrêa. II. Morales, Angélica Gois. III. T.

CDD: 333.7

Elaborada por Rodrigo Pallú Martins – CRB 9/2034/O

Depósito legal na Biblioteca Nacional

Editora filiada à ABEU

Associação Brasileira das Editoras Universitárias

EDITORA UEPG

Praça Santos Andrade, n. 1

84030-900 – Ponta Grossa – Paraná

(42) 3220-3306

vendas.editora@uepg.br

www.editora.uepg.br

2022

PREFÁCIO

Desde suas origens, o ser humano, dotado de racionalidade, “bate pedras” em busca da produção de objetos que lhes sirvam como armas ou ferramentas, sempre com o intuito de melhorar as condições de sua existência, seja pela perspectiva da sobrevivência ou da busca estruturada do bem-viver. Muito distante do tipo ideal de busca e acesso aos quesitos necessários ao bem viver, preconizados pela filosofia contratualista de Jean-Jacques Rousseau, especialmente em sua obra *Discurso sobre a origem e os fundamentos da desigualdade entre os homens*, de 1755 (ROUSSEAU, 2019), os seres humanos foram formalizando suas relações sociais, subalternizando a afetividade e privatizando o acesso aos bens necessários à vida em coletivo, fragilizando a sua existência e a sustentabilidade do todo.

Vencidas as teorias que colocavam o crescimento econômico e o desenvolvimento das sociedades com largas bases de similaridades, Amartya Sen, em sua obra *Desenvolvimento como Liberdade* (SEN, 2010), discorre sobre duas trilhas explicativas do processo de desenvolvimento; uma que seria sustentada pela ferocidade e pela violência entre os partícipes, trazendo “sangue, suor e lágrimas” como subprodutos marginais das interações humanas, e outra, mais dialógica e mais “amigável”, que se coloca como via alternativa aos processos políticos e capitalistas, mesmo quando conflitados os pontos de vista dos sempre diversos interesses humanos.

O filósofo Zygmunt Bauman, em sua obra *Modernidade Líquida* (BAUMAN, 2000) trata da afetação das relações humanas pela passagem da modernidade sólida (inclusive das interações sociais e dos diálogos diretos) para as estruturas mais fluidas e voláteis da modernidade líquida, que, por sua vez, para além de demarcar novo *modus vivendi* planetário, altera as relações

dos coletivos e das organizações com base em seus interesses, aspirações, desafios e instrumentalidades.

Por fim, vive-se em um momento da coletividade humana no qual a violência cultural e estrutural são canalizadas para diferentes formas de violência direta (dentre elas, a violência contra a mulher e contra minorias, o exaurimento ambiental e a desproporção descabida entre poucos bilionários e uma multidão de famintos). Observa-se, em diferentes países, a polarização entre grupos, inclusive mantidos pelo capital no poder público, que se antagonizam em polarizações inviáveis à sociedade. Observamos as pessoas, crescentemente inertes e alienadas, algumas vezes impelidas por notícias falsas (*fake news*), que estranhamente as alimentam, e em outras isoladas em suas vidas condominiais, como diz Bauman (2000), num *modus vivendi* em que não se importam mais com o coletivo.

Neste contexto socioambiental complexo, esta obra, que ora se apresenta à leitura circunscrevendo alguns desafios propostos por Rousseau, Sen e Bauman, fala em profundidade sobre a necessária busca por vias políticas em que possam ser melhor equilibradas as relações e as interações humanas, que desde de bem antes do fenômeno da Revolução Industrial passam pelas organizações (públicas ou privadas) e que, crescentemente após a década de 1980, passam pelos complexos ambientes digitais que emergem dos fenômenos da globalização e do acesso à rede mundial de computadores – internet.

Não obstante, mas central ao trabalho que sustenta esta obra, a questão ambiental é notadamente evidenciada na contemporaneidade como fundamental às relações socioeconômicas, dadas as refrações diretas historicamente sentidas, assim como ao vultuoso aumento dos impactos antrópicos sobre o meio ambiente, em sua maior parte pelos hábitos de consumo que

alavancam processos produtivos de bens e serviços no ambiente empresarial das organizações.

Aqui, nesta obra, a convergência de diferentes campos estruturados ou impactados pelo ser humano, por meio das pedras que outrora bateram ou das teclas ou telas digitais que hoje tocam, trazem à baila dos estudos a questão da educação socioambiental e os sistemas empresariais, hoje boa parte digitais. A complexidade do recorte tratado e apresentado se amplia em muito por se saber que os conceitos de educação, como seara de instrumentalização e produção de conhecimento, são (ou devem ser) alimentados por substrato crítico; de gestão empresarial como campo de intenso debate e mesmo de uma dialética conflitiva entre o máximo retorno sobre o capital investido para com as perspectivas mais sustentáveis dos processos; e, por fim, de um mundo digital em produção, que, para além de servir o ser humano em suas demandas, o distancia de embates diretos, aumentando ou diminuindo a temperatura de sua participação na sociedade, a depender de suas próprias estruturas de conhecimento político e de interesse pela cidadania, seja no campo público ou privado.

No capítulo 1, “Conectividade verde como perspectiva para a gestão ambiental digital”, as autoras primeiramente apresentam as profundas mudanças nas quais o universo empresarial se lançou nas últimas décadas do século passado. Inclusive sobre a transposição dos tipos de trabalhos dos colaboradores, de mais operacionais e diretos para operações de maior controle tecnológico sobre processos robotizados e eletrônicos, exigindo-se que o perfil dos trabalhos passasse a ser mais específico e escolarizado, acarretando a sobra de uma grande parte da mão de obra menos técnica.

Ademais, as autoras indicam que as alterações não acontecem apenas na base operacional das estruturas empresariais e que, por decorrência do novo perfil do consumidor, nas décadas de 1980 e 1990 começam a surgir movimentos empresariais de responsabilidade social empresarial, os quais, aliados a novos estilos de governança dessas organizações, fazem com que algumas empresas comecem a puxar novos olhares, mais sustentáveis, para as relações do sistema Empresa – Sociedade – Meio Ambiente. Mas isso é complexo e ainda muito pouco frente aos impactos do sistema capitalista sobre os meios ambiental e social.

Ao trazerem, dentre outros, Boaventura de Souza Santos e Manuel Castells, as autoras inserem neste capítulo a criticidade, a interdisciplinaridade e a complexidade que envolvem a convergência entre a propositura da educação, o sistema empresarial e o mundo digital, para se chegar ao trato da “cultura digital” e, assim, dialogar sobre a operacionalização ou a busca de um espaço de atuação como suporte a uma nova sociedade, mais sustentável, que passa pela ação social humana, conforme já destacava Max Weber no plano da *Sociologia Compreensiva*.

Já no capítulo 2, “Da vigilância pessoal à vulnerabilidade coletiva”, as autoras iniciam alertando, com base em categorias marxistas, sobre o hábito ou o comportamento humano de seguir normas previamente estabelecidas sem uma leitura contextualizada e crítica. Na sequência, abordam o ambiente virtual como espaço de comunicação, produção de conteúdo e de influência sobre grupos, e que pode gerar a percepção de uma “inteligência coletiva”.

Dentre as novas relações sociais, agora pautadas ou impelidas pelas facilidades do mundo digital, embora reforcem alertas sobre os riscos das relações sociais apenas pautadas nas

redes sociais *online*, destacam as autoras o papel e as possibilidades da instrumentalização de novos sistemas de controle ou vigilância da sociedade sobre ela mesma, mas em especial sobre o Estado e o Mercado.

Neste sentido, o controle social efetivamente conduzido pela sociedade se torna instrumento de orientação para ações mais equitativas, democráticas, justas e responsáveis pelos agentes públicos e, também, para o tensionamento dos planejamentos estratégicos e de ações operacionais das empresas em seus processos produtivos de produtos e serviços.

O capítulo 3, intitulado “Gestão ambiental digital: da sensação de culpa para a adoção da responsabilidade socioambiental”, traz a aproximação e o diálogo com uma das searas mais difíceis para os estudos e a compreensão acadêmica e social, aquele da subjetividade das decisões do setor mercado e de suas empresas com relação aos seus investimentos humanos, reputacionais e financeiros em responsabilidade social e ambiental corporativa.

Com base em Barbieri, Seiffert e outras importantes referências da área de gestão ambiental, e considerando a já citada convergência entre os campos centrais deste trabalho (ambiental, educacional, empresarial e digital), as autoras discutem sobre a formação de um perfil destes tempos, os sujeitos socioeducacionais que, segundo elas, deriva desse processo.

As autoras, articulando o fio condutor teórico escolhido, defendem que tais sujeitos, imbuídos de articulação crítica e da assunção de uma ação social propositiva em meio às redes sociais *online*, operam no sentido de resgatar a educação ambiental e socioambiental como catalizadora de cidadania sobre processos produtivos, organizações e sociedade.

Por fim, o capítulo 4, sob o título “Geração de respostas propositadas”, circunscreve nos indicativos avistados pelo estudo

e nas conclusões sistematizadas das autoras sobre a temática enquadrada na obra.

Ao encerrar minha participação, na honrosa missão de apresentar este livro, o anuncio como importante referência de estudos para graduandos, pós-graduandos, pesquisadores e interessados pela temática socioambiental em específico e pela sustentabilidade dos sistemas planetários de modo geral.

Boa leitura!

Prof. Dr. Nelson Russo de Moraes

Professor da Universidade Estadual Paulista
“Júlio de Mesquita Filho”

Sumário

APRESENTAÇÃO	15
INTRODUÇÃO	19
I- CONECTIVIDADE VERDE COMO PERSPECTIVA PARA A GESTÃO AMBIENTAL DIGITAL	33
IDENTIDADE AMBIENTAL E SUA INSERÇÃO DIGITAL NO MUNDO EMPRESARIAL.....	37
A CONFORMIDADE AMBIENTAL DO CONSUMISMO OPERANTE.....	45
II- DA VIGILÂNCIA PESSOAL À VULNERABILIDADE COLETIVA	55
CAPITALISMO DE VIGILÂNCIA NO APARATO DIGITAL.....	58
(IN)EXISTÊNCIA DA PRUDÊNCIA AMBIENTAL NO CAPITALISMO DE VIGILÂNCIA	65

III- GESTÃO AMBIENTAL EMPRESARIAL DIGITAL: DA SENSACÃO DE CULPA PARA A ADOÇÃO DA RESPONSABILIDADE SOCIOAMBIENTAL	73
CONVERGÊNCIA CIDADÃO PLANETÁRIO DIGITAL E A IMPORTÂNCIA DA RESPONSABILIDADE SOCIAL E AMBIENTAL DAS EMPRESAS	82
USO DO DISCURSO ADOTADO NA EDUCAÇÃO SOCIOAMBIENTAL COMO RECURSO	88
IV- GERAÇÃO DE RESPOSTAS PROPOSITADAS	93
ECODIGITAL E SUAS APLICAÇÕES	96
<i>COMMUNITY-WEALTH.ORG</i> : PRINCIPAIS CARACTERÍSTICAS	100
USO DO ECDIGITAL PARA A ANÁLISE DA PLATAFORMA <i>COMMUNITY-WEALTH.ORG</i>	104
V- PALAVRAS FINAIS	131
REFERÊNCIAS	137
AS AUTORAS	153

APRESENTAÇÃO

A relação entre sociedade e natureza está em constante mudança, e a mídia digital interfere cada vez mais em nosso comportamento e nossa identidade, incorporando pensamentos e experiências que refletem nos processos, valores e sentidos sobre a sociedade e a natureza.

A mídia digital, introduzida pelas instituições hegemônicas, amplia e racionaliza a dominação dos atores sociais, direcionando o usuário a uma amplitude de interpretação, que gradativamente é incorporada nos contextos da gestão e da educação. É neste encaminhamento, de pensar sobre a gestão ambiental voltada às empresas e sua relação com a mídia digital, bem como das mudanças causadas por ela na conexão do usuário com ele mesmo, com os outros e com o próprio mundo, sob a perspectiva da responsabilidade e da educação socioambiental, que esta obra se debruça.

Fruto de uma pesquisa de pós-doutoramento em Gestão e Educação Ambiental, realizado na Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho (UNESP/*Campus Tupã*), no Grupo de Pesquisa em Gestão e Educação Ambiental (PGEA), este livro surge como parte integrante da troca e do diálogo estabelecido entre nós (pós-doutoranda e supervisora), em meio a uma pandemia.

Vale destacar que, no campo da educação ambiental, seja por meio de convites para participarmos de atividades relacionadas ao Mestrado em Ciências Ambientais, na Universidade Estadual do Oeste do Paraná (Unioeste/*Campus Toledo*), seja em eventos na jornada profissional, a aproximação das linhas de pesquisa de cada uma suscitou o pensar sobre a ascendência da internet em massa e a sociedade conectada. Nossas reflexões permearam vivências e autores da contemporaneidade,

por exemplo, Sacristán, Durkheim, Foucault, Castells, Zuboff, Lazzarato, Barbieri e Layrargues.

No centro do debate, procuramos responder a questões como: O ambiente virtual fixado como um dispositivo fortalece ou enfraquece identidades? E se isso ocorre, como ele pode propor uma identidade legitimadora para a Gestão Ambiental Empresarial digital, se considerarmos como ponto de partida a transição da Educação Ambiental para a Educação Socioambiental?

Tais questionamentos trouxeram reflexões, constatações, desafios e possibilidades que apontam que a relação empresa x educação socioambiental x mídia deve ser pensada; e a Educação Socioambiental, no contexto da Gestão Ambiental Empresarial digital, como um espaço para sensibilizar a comunidade, pode contribuir para esta tarefa. Para tanto, propomos a adoção do Ecosistema Comunicativo Digital (ECODIGITAL) para ampliar as formas de produção de conhecimento e de avaliação em sua eficiência e eficácia ambientais, privilegiando o cognitivo social e a mudança futura da relação da natureza e ser humano, por parte das empresas, fomentando a conscientização coletiva.

Esperamos que o livro possibilite aos leitores e leitoras um estimulante campo para pensar e refletir sobre os contextos socioambientais e sua relação com a mídia digital. Posto isto, cabe agora desejar a todos e a todas uma leitura prazerosa e proveitosa.

As autoras

INTRODUÇÃO

As características da Educação voltada para a Gestão Ambiental Empresarial têm sido cada vez mais incorporadas pela mídia digital. Essa configuração vem fundamentando o entendimento e a necessidade de ressignificar as informações nelas disponibilizadas.

Ao verificar as apreciações do que a mídia está chamando de Educação Socioambiental, constatamos que as ideias propagadas tendem a expandir o conceito de saber cultural, tanto em relação aos produtos quanto aos serviços desenvolvidos pelo sistema empresarial. Mediante às narrativas que envolvam funcionamento, responsabilidade, motivação, viabilização e causas sociais, constatamos também que a Gestão Ambiental Empresarial digital está sendo observada apenas pela ótica de seu ambiente interno.

Contudo, a literatura existente aponta que essa configuração não é mais suficiente para compreender o fenômeno em sua totalidade. Um exemplo está em Donaire (1999), que afirmava que aspectos sociais e políticos eram ignorados nas análises realizadas. Barbieri (2007, 2016) confirmou esta visão, apontando que a preocupação ambiental nas empresas não é espontânea, e vários outros estudos mostraram que a ação humana está sendo a principal promotora de mudanças na natureza (JACOBI; SINISGALLI, 2012, JACOBI; GIATTI; AMBRIZZI, 2015, NODARI; BOLDORI, 2017, JACOBI; SULAIMAN, 2017).

Neste sentido, com base nos estudos de Nodari e Boldori (2017, p. 298):

Uma realidade complexa impõe-se ao nosso entendimento. Vive-se num mundo, que, agora sabemos, é complexo. Nesse contexto, a palavra que ganha destaque é: resiliência, relacionada à capacidade de enfrentamento e/ou resposta, adaptabilidade. Buscar a resiliência passa por

identificar a diferença de capacidade de resposta das comunidades, devido a processos sociais de exclusão e injustiça ambiental, evidenciando a relação entre desastres naturais e baixo desenvolvimento socioeconômico.

A elevação da pressão para a mudança de governança estratégica torna-se premente e se pauta na rapidez do acesso aos problemas ambientais apresentados pelas empresas e pelos usuários. Este elemento se baseia na rapidez do acesso à informação de problemas ambientais das empresas, verificados na internet pelos usuários. Desta forma, o que se pretende é que:

A perspectiva sobre processos educativos importantes, sobretudo na atual sociedade da informação, e cuja estrutura continua deixando contingentes populacionais expressivos fora das instâncias decisórias de caráter político, foca nos processos das relações concretas entre sujeitos e entre esses e seu meio a base para a apropriação e transformação do conhecimento socialmente construído. O mundo cultural, compartilhado e constantemente transformado, influência direta e reciprocamente os sujeitos, também culturalmente constituídos, em relações complexas que ampliam suas conquistas cognitivas. Assim, o processo de construção do conhecimento, compreendido pelo referencial histórico-cultural, apresenta nova maneira de entender a relação entre sujeito e objeto (JACOBI; GRANJA, FRANCO, 2006, p.7).

Nesta perspectiva, com base na **combinação da Gestão Ambiental e mídia digital**, neste livro utilizou-se a noção de Educação Socioambiental como lugar-comum privilegiado (Capitalismo de Vigilância¹) de circulação dos discursos

¹ Conceito cunhado por Shoshana Zuboff, Capitalismo de Vigilância é uma alteração

ambientais em massa (Ecosistema Comunicativo²), diante de uma sociedade marcada por profundas disparidades de interesses.

Ratificada por Gutiérrez e Prado (2003), juntamente com a Gestão Ambiental, a **Educação Ambiental** desponta como um espaço para sensibilizar a comunidade civil e a comunidade empresarial, e unido-se ao conceito **Social**, ela pode ser assinalada como símbolo-meio. A **Educação Socioambiental** tende a ser orientada para a solução de quesitos concretos que fundamentem a elaboração de processos que desconstruam mitos que negam conhecimentos, posturas e atitudes ambientais.

Esta situação aponta para a ausência de um novo modo de disseminação do conhecimento ambiental; isso porque a mídia digital vem se tornando forte fonte na medida em que propaga discursos próprios, transformando-se em um panóptico (FOUCAULT, 2010). Aqui cabe ressaltar que os modelos de discursos veiculados podem demarcar pontos de afastamento social estabelecidos entre as linhas de oposição e de situação, pois, “Embora a teoria panóptica tenha se tornado popular por intermédio de Michel Foucault, a ideia foi concebida por Jeremy Bentham como um mecanismo aplicável ao controle do comportamento dos prisioneiros nas prisões” (PENSAR CONTEMPORÂNEO, 2017).

do capitalismo que usa dados fornecidos gratuitamente pelos usuários às empresas de tecnologias, colocando-os como matérias-primas para práticas comerciais num novo mercado de comportamentos futuros que se alimenta de todo aspecto da vivência humana, sendo o Google um dos pioneiros em experimentação e implementação deste tipo de capitalismo (ZUBOFF, 2019)

² Construído por Selmar B. Alves, Cleber A. Lindino e Terezinha C. Lindino (2019), a ideia de Ecosistema Comunicativo se baseia em um ideal de relações construído coletivamente em dado espaço, em decorrência de uma decisão estratégica de favorecer o diálogo social e a leitura crítica sobre qualquer ideia apresentada à sociedade, seja ela científica ou não. Configura-se um lugar que abriga redes complexas e abertas, com diversos agentes e conhecimentos, que ora trocam e ora se utilizam dos saberes de outros agentes para legitimar ou deslegitimar aquilo que significam no seu entorno.

Contudo, a ideia do panóptico para Foucault aparece no sentido de possibilitar maior controle das cadeias públicas, mediante a vigilância de uns com os outros. Isso porque o panóptico é um modelo de prisão em formato circular, em que os presos iriam vigiar uns aos outros, de maneira a evitar fugas. A relação entre o caráter pedagógico da mídia e a formação socioeducacionais e ambientais dos sujeitos deriva da qualidade discursiva existente neste processo.

Neste sentido, são vários os *sites* que poderiam entrar em uma lista de possíveis escolhidos. De tal modo, o fator predominante para a escolha do *site* a ser utilizado como modelo de análise foi o de que ele apresentasse um projeto institucional alternativo.

Ao fundamentar e proporcionar a versão de um sistema novo, selecionou-se a plataforma *Community-Wealth.org*, do *site The Democracy Collaborative* (<https://democracycollaborative.org/>), para compor o levantamento dos dados empíricos. E, para conhecer melhor o *site* escolhido, incumbe apresentar sua história.

Articulista do referido *site*, o grupo *Worldchanging* defendeu com sua criação que ferramentas, modelos e ideias para construir um futuro melhor são necessárias nos dias de hoje e:

Que muitos indivíduos estão trabalhando em ferramentas para a mudança, mas os campos em que trabalham permanecem desconectados. Que o motivo, os meios e a oportunidade para uma mudança positiva profunda já estão presentes. Que outro mundo não é apenas possível, ele está aqui. Precisamos apenas juntar as peças (WORLDCHANGING, 2015).

O grupo presta atenção especial às ideias que podem ter sido negligenciadas na mídia de massa e visa mostrar maneiras pelas quais os recursos aparentemente desconectados se

unem para formar um *kit* de ferramentas para mudar o mundo (WORLDCHANGING, 2015).

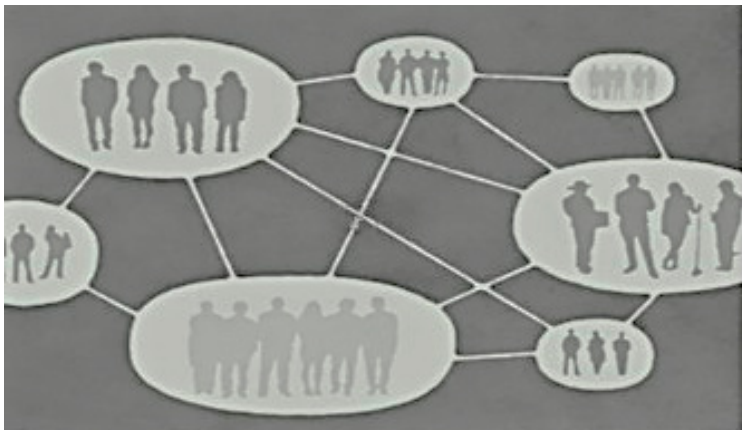
Em 2010, em razão de dificuldades de arrecadação de fundos, a organização *Worldchanging* anunciou que seria fechada. Em 2011, foi adquirida pela *Architecture for Humanity*. Contudo, a organização entrou com pedido de falência em 2015 e ficou indisponível a partir de 2016 (Ibidem). E, em 2019, a *Architecture for Humanity* tomou as atividades e reativou o site *The Democracy Collaborative*, tendo como *slogan* basal em todas as suas atividades a ideia de que:

[...] our work acquired a new urgency and relevance as the need for a different set of principles underlying our economy became increasingly clear to more and more people. Our efforts — especially those of our co-founder, political economist and historian Gar Alperovitz — to provide a pragmatic but transformative alternative vision to the economic forces tearing apart America's communities and threatening our long-term ecological future continues to resonate with larger and broader audiences. Our recent work has developed key analyses of the role that anchor institutions can play in helping low-income communities, with our staff authoring major reports on the state of the field in both university- and hospital-led community development, as well as developing important recommendations of best practices. We continue to play a key role in convening a broad and diverse movement of community wealth builders, and advise communities nationwide and beyond on strategies for grounding economic development in the democratization of ownership. The Democracy Collaborative is an independent nonprofit organization (THE DEMOCRACY COLLABORATIVE, 2021).³

³ TRADUÇÃO NOSSA: [...] nosso trabalho adquiriu uma nova urgência e relevância à

O site *The Democracy Collaborative* procura descrever como funciona a propriedade corporativa por meio da democratização da economia. Ele é uma sugestão de como representar, mediante os textos e serviços digitais, o uso da Educação Socioambiental para o setor empresarial de modo a explorar mais um mecanismo de interação e comunicação de hábitos, ideias e aprendizagens ambientais (Figura 1).

FIGURA 1. Projeto socializado no site



Fonte: Retirado de <https://democracycollaborative.org/> (2021).

medida que a necessidade de um conjunto diferente de princípios subjacentes à nossa economia tornou-se evidente para pessoas. Nossos esforços – especialmente aqueles de nosso cofundador, economista político e historiador Gar Alperovitz – para fornecer uma visão alternativa pragmática, mas transformadora para as forças econômicas que destroem as comunidades da América e ameaçam nosso futuro ecológico de longo prazo continuam a ressoar com públicos amplos. Nosso trabalho recente desenvolveu análises importantes do papel que as instituições âncora podem desempenhar na ajuda às comunidades de baixa renda, com nossa equipe escrevendo importantes relatórios sobre o estado do campo no desenvolvimento comunitário liderado por universidades e hospitais, bem como desenvolvimentos importantes recomendações de melhores práticas. Continuamos a desempenhar um papel fundamental na convocação de um movimento amplo e diversificado de construtores de riqueza comunitária e aconselhar as comunidades em todo o país e além sobre técnicas para fundamentar o desenvolvimento econômico na democratização da propriedade. The Democracy Collaborative é uma organização independente, sem fins lucrativos.

É um laboratório de pesquisa e desenvolvimento para a economia democrática e transforma ideias de design sistêmico e construção de riqueza comunitária em visões e modelos que demonstram novos princípios de uma economia democrática, operando dentro das fronteiras planetárias, ao mesmo tempo em que ajuda a estabelecer os caminhos para a transformação sistêmica.

Ainda, busca alavancar ações que inspirem mudanças locais na cultura, prática e política econômica e estimular um novo pensamento sobre como uma mudança democrática a longo prazo pode ser alcançada. E é sob este contexto que utilizaremos o modelo de análise Ecossistema Comunicativo referendado por Alves, Lindino e Lindino (2019) com adaptações.

Essa utilização se deu em vista do fato de que:

[...] com base nos estudos de Park (1966), tudo o que se comunica pode produzir *conhecimentos 'de' ou 'acerca de'*. No primeiro, há uma integração do sujeito e do fato (ajustamento orgânico). O conhecimento do real é naturalizado e assim não percebido como construção simbólica, pois é resultado das relações pessoais e das vivências do cotidiano, longe de qualquer formalidade (ALVES; LINDINO, LINDINO, 2019, p. 18).

A escolha deste modelo se deu também por se basear na confluência de redes complexas e abertas, com diversos agentes e conhecimentos, que ora trocam ou se utilizam dos saberes de outros agentes para legitimar ou deslegitimar aquilo que produz significado em seu entorno, desempenhando papel estratégico que pode favorecer ou o distanciamento ou o pensamento crítico de seus usuários.

E, para conter a mudança para várias plataformas, os fabricantes de textos-notícia (editores) têm procurado construir

conexões diretas com os consumidores, por intermédio de *e-mail* e alertas móveis. Por exemplo, para escrever um texto-notícia sobre a mudança climática e a criação ou a manutenção de empregos, assunto apresentado ora como problema sério ora não, os editores observaram que o perfil de quem contesta isso tende a ser de direita e mais velho. Já quem concorda apresenta um nível educacional elevado ou faz parte de um grupo de indivíduos mais jovens que acessa muitas de suas notícias sobre mudança climática ou empregabilidade nas redes sociais e, geralmente, segue ativistas midiáticos. Para tanto, como estes dois perfis fazem parte não só da sociedade civil, mas também dos que trabalham nas empresas (no Brasil e no mundo), utilizaremos como interpretação dos dados a abordagem de análise qualitativa, por estabelecer conformações e os desenhos de causa e efeito.

Neste sentido, compete apontar que a análise qualitativa se torna fundamental, visto que possibilita a identificação dos principais fatores existentes na dimensão da cultura posta e na tentativa de “o objeto ser decomposto em suas partes constitutivas, tornando-se simples aquilo que era composto e complexo” (SEVERINO, 2002, p. 193). Também, os esclarecimentos propostos nela procuraram abranger a forma mais adequada de se explicar o fenômeno textual selecionado (FLICK, 2013).

Além disso, a análise será ajustada com a técnica interpretativa apresentada por Strauss e Corbin (2008), pois compreendemos que o conteúdo da mensagem não deve ter interferência do pesquisador, delimitando somente por questões como: a) De que trata o assunto veiculado? (contexto e condições intervenientes); b) Qual é o assunto? (fenômeno); c) Sob qual perspectiva o autor tratou o assunto? (estratégias); d) Quais são os limites do assunto? Qual problema foi

focalizado? E como foi o assunto problematizado? (causas); e) Como é demonstrado seu raciocínio? (consequências).

Vale lembrar que, lamentavelmente, como a compreensão da Educação Ambiental Empresarial não ocorreu na totalidade, desconsiderando “a interdependência entre o meio natural, o socioeconômico e o cultural” (BRASIL, 1999, Art. 4º), e não procurou explorar os assuntos e a posição tomada a respeito das ideias divulgadas, indicando quais questões este modelo de educação levanta e que modelo de reflexão propõe, este estudo procura afirmar que a mídia digital preconiza uma nova identidade, mais legitimadora e introduzida pelas instituições hegemônicas, que ampliam e racionalizam a dominação dos atores sociais.

Esta mídia induz ainda o usuário a uma amplitude de interpretação, incorporando ideias que ecoam várias estruturas e conteúdo prenotados. Difunde concepções que indicam formas de pensar e agir (identidades seletas) em uma sociedade que tem valores, crenças e atitudes cambiantes (saber cultural). Veicula ideias que articulam vida material com a imaterial, entrelaçando-as em uma sequencialidade de interações e símbolos que se tornam rapidamente ações cotidianas na realidade social do indivíduo.

Frente à contextualização e delimitações da pesquisa, este livro se propõe a: discutir a relação estabelecida no ingresso ambiental no contexto digital e como o consumismo operante e sua entidade ambiental estão combinados à noção de responsabilidade socioambiental, à vigilância planetária e ao mecanismo de controle para a construção de um novo saber cultural em uma nova sociedade conectada; compreender o Capitalismo de Vigilância no aparato digital, de modo a mostrar as convergências-divergências entre a inexistência da prudência

ambiental e discutir a possibilidade da mídia digital se apropriar do indivíduo como o mais novo produto do capitalismo; avaliar a Educação Socioambiental como proposta emancipadora e viável à Gestão Ambiental nas empresas; discutir a relação entre o caráter pedagógico da mídia e a Educação Socioambiental como resultado da qualidade discursiva que delas provém.

Destarte, esta pesquisa se organizou em quatro capítulos. No primeiro, intitulado “Conectividade Verde como perspectiva para a Gestão Ambiental digital”, apontamos a relação estabelecida no ingresso ambiental no contexto digital, bem como o consumismo operante e sua entidade ambiental, combinados à noção de responsabilidade socioambiental, à vigilância planetária e ao mecanismo de controle para a construção de um novo saber cultural em uma nova sociedade conectada.

No segundo, denominado “Da vigilância pessoal à vulnerabilidade coletiva”, buscamos compreender o Capitalismo de Vigilância no aparato digital, de modo a mostrar as convergências e divergências entre a (in)existência da prudência ambiental e discutir a possibilidade da mídia digital se apropriar do indivíduo (em sua essência e existência) como o mais novo produto do capitalismo.

O terceiro, “Gestão Ambiental empresarial digital: da sensação de culpa para a adoção da responsabilidade socioambiental”, avalia as ações do Revisionismo ou Negacionismo como discurso de dominação insustentável e contextualizamos como a Educação Socioambiental pode ser uma proposta emancipadora e viável à Gestão Ambiental nas empresas, por meio da articulação desenvolvida pela Consciência coletiva, impulsionando novo(s)/nova(s): modos de ler, ver e perceber ideias; significados construídos; visões de mundo, conteúdo

cognitivo social; mudança futura da relação da natureza-ser humano; e técnicas de conhecimentos.

No quarto, intitulado “Geração de respostas propositadas”, defendemos que a relação entre o caráter pedagógico da mídia e a Educação Socioambiental é resultado da qualidade discursiva que delas provém. O ambiente virtual, neste momento, é fixado como um dispositivo que fortalece ou enfraquece identidades, no qual os usuários se utilizam de qualquer artefato cultural para (re)definir sua posição na sociedade ou variação na estrutura social, sendo proposto neste capítulo o Ecossistema Comunicativo Digital (ECODIGITAL), que busca compreender e revelar o diálogo dos saberes culturais.

Por fim, apresentamos as “Palavras finais”, com a visão das autoras sobre como o ambiente virtual propõe uma identidade legitimadora sob a Gestão Ambiental Empresarial Digital, visto que, ao examinar a transição da Educação Ambiental para a Educação Socioambiental, nos permite identificar e demonstrar as especificidades existentes, bem como verificar se elas se diferem ou não quando adotadas.

Cumpra agora desejar a todos e todas uma excelente leitura e que se estimule a elaboração de outras mais reflexões e considerações, mediante as referências citadas neste estudo.

I

CONECTIVIDADE VERDE COMO PERSPECTIVA PARA A GESTÃO AMBIENTAL DIGITAL

Dados armazenados em nuvem, inteligência artificial, robôs corporativos, sistemas, automação e diversas outras tecnologias são as mais recentes preocupações para o cenário empresarial. A transformação digital, apesar de oferecer uma série de benefícios para negócios de qualquer porte e segmento, vem promovendo **dor de cabeça** aos que dela dependem.

Contudo, com sua introdução, esperou-se que as empresas tivessem vantagens não só no ganho de competitividade, no aumento da produtividade, na redução de custos, diminuição de falhas e desperdícios e eliminação de gargalos, mas também no reaproveitamento de recursos, na melhoria da qualidade dos produtos, na geração e análise de dados com alta velocidade e precisão, na descentralização do trabalho e na integração dos processos.

Dessa forma, tanto a otimização dos processos operacionais quanto a produtividade seriam melhores; porém, quais são as novas tecnologias da Quarta Revolução Industrial que mais importam? Em meados de 2010, a indústria 4.0 (como ficou conhecida às empresas que adotaram as novas tecnologias) fundamentou-se na inserção da robótica colaborativa; dos sistemas integrados; da realidade aumentada; do *Big Data Analytics*; da manufatura aditiva; da computação em nuvem; da cibersegurança; e da *Internet of Things* (IoT)¹ com equipamentos conectados a uma grande rede para gerar informações.

A adoção do *Lean Manufacturing*, por exemplo, é ponto focal na indústria 4.0 porque organiza os processos e elimina operações que não agregam valor ao produto, reduzindo custos desnecessários. Para isso, tornou-se imprescindível contar com mão de obra capacitada e, do mesmo modo, seres humanos como produto (características, formação, relações pessoais, relação interpessoal, religião, política e relação ambiental).

¹ Tradução nossa: Internet das coisas.

Compete lembrar que, além dos indivíduos serem contratados para operarem máquinas sofisticadas (produto), são eles também que alimentam a melhoria (eficiência e eficácia) delas (consumo). As empresas buscam abordar seus funcionários como colaboradores, com os quais ultrapassam a **relação patrão-empregado**, para então aventar a **relação equipe-membro**.

Essa ideia não é nova, não surgiu com a tecnologia; mas foi ela quem melhor impulsionou seu uso e sua necessidade. Com a ascendência da *internet* em massa, a procura e as escolhas diferenciaram-se e, recentemente, a procura se baseia na individualidade de cada indivíduo, em razão de suas necessidades primárias. As escolhas se fundamentam na coletividade, muitas vezes sugeridas por influenciadores em ambientes virtuais ou em outras mídias.

A nova realidade mostrou, ainda, que uma boa divulgação dos produtos não era apenas fazer *marketing* (manipulação), e sim ter conteúdo de atração (modulação comportamental). À vista disso, como já apontava Boschetti e Bacarji (2009, p. 3), todas as escolhas que a empresa faz na Gestão Ambiental:

[...] [são] também uma questão de princípio. Princípio que emana do desenvolvimento sustentável, que deve sempre levar em consideração um juízo de valor formado a partir de uma escala de valores baseada em três tipos: valores não-tangíveis – como por exemplo, ética, estética, cultura, entre outros –, valores ecológicos e valores econômicos.

Em virtude da constatação de que a Gestão Ambiental trabalha com ideias de natureza complexa, concordamos com a afirmação de Maurizio Lazzarato, de que “a empresa não cria o objeto (a mercadoria), mas o mundo onde este objeto existe” (*apud* SOUZA; AVELINO; SILVEIRA, 2018, p. 10). Por conseguinte,

observamos que saímos de uma atmosfera empresarial baseada na sociedade disciplinar, na qual o corpo dos indivíduos é condicionado para o trabalho manual, para uma sociedade de controle, na qual o intelecto dos indivíduos é adestrado para aceitar qualquer modelo ou forma de trabalho (material ou imaterial); contexto esse que embasa os assuntos que analisaremos na sequência.

IDENTIDADE AMBIENTAL E SUA INSERÇÃO DIGITAL NO MUNDO EMPRESARIAL

Afinados à noção de responsabilidade socioambiental, a contextualização do uso do discurso ambiental no cenário digital pelas empresas é necessária em razão da sociedade conectada que se apresenta. Neste sentido, por meio de um fio condutor bibliográfico, a escolha da literatura sobre a utilização do discurso científico desenvolvido pela Educação Socioambiental na Gestão Ambiental digital de empresas foi motivada pela constatação de uma carência da difusão de conteúdos validados no que se refere à segurança intelecto-ambiental na sociedade.

Nessa seara, constatamos que a crise ambiental existente deveria tencionar o despertar da Consciência coletiva sem provocar o estranhamento negativo das reivindicações sociais das mais variadas espécies. Também verificamos que a vigilância planetária se organizou de modo a criar um mecanismo de controle que articula as ações de diferentes agentes (público e privado) em dado espaço e sob o domínio de princípios ou diretrizes previamente definidos (DELEUZE, 1992).

Sobre este propósito, encontramos nos estudos de Durkheim (2007) indicações do desnudamento desta afirmação. Mediante a relação indivíduo-sociedade (leis), o autor defende que a regularidade dos fatos sociais e do entrosamento do ser humano com a natureza faz com que a sociedade imponha qual conduta será socialmente aceita.

Por conseguinte, Durkheim diferenciou-se das ideias proferidas por Comte (condição de ser com natureza e leis próprias – organismo social) e por Spencer (leis gerais da evolução social – analogia entre ser social e ser vivo) à época. Seu aparato conceitual procurou ir além da reflexão filosófica existente, constituindo um *corpus* teórico sobre a problemática das relações sociais. Para Durkheim (2007), a relação indivíduo-sociedade deve ser explicada com o uso dos códigos de funcionamento da sociedade.

Como a sociedade passa por ciclos vitais, com manifestações de **estados normais** ou **estados patológicos**, o indivíduo seguiria o mesmo ciclo vital; assim, cabe aqui ressaltar que Durkheim (2007, p. 11) afirma como fato social:

[...] toda maneira de agir fixa ou não, suscetível de exercer sobre o indivíduo uma coerção exterior; ou, ainda, que é geral na extensão de uma sociedade dada, apresentando uma existência própria, independente das manifestações individuais que possa ter (DURKHEIM, 2007. p. 11).

Neste sentido, como a perspectiva durkheimiana é holística, Emile Durkheim pode e deve ser mencionado como referência; isto porque vários de seus estudos abordam a complexidade da relação entre sociedade-natureza-produção, preconizando ou até mesmo originando nova ordem mundial. Por exemplo, no caso ambiental, a Anomia (falta de regras) para a posse das riquezas

naturais pela sociedade legitima a dualidade valorização-desvalorização da natureza citada por Durkheim (2007).

Foucault (2010) também apresentou uma conclusão parecida, concordando (intencionalmente ou não) que a sociedade tem o **poder de constranger** os indivíduos de fora para dentro, pois acredita que cada sociedade molda a personalidade e as condutas dos indivíduos que nela coabitam. Neste mesmo contexto, adicionamos o conceito de *pertencimento mútuo*, defendido por Morin (2018), no sentido de ter consciência do pertencer a uma sociedade-mundo, que se traduz em práticas civilizatórias e pensamentos conscientes do pertencimento mútuo que nos une à nossa terra Pátria, sustentada por diversas culturas.

De pronto, a responsabilidade pela preservação do equilíbrio ambiental ganha força na construção da cidadania planetária e amplia a difusão de conteúdos sobre segurança intelecto-ambiental para toda a população mundial.

Um exemplo pode ser observado nos estudos de Hall (1992, p. 9), nos quais “as paisagens culturais de classe, gênero, sexualidade, etnia, raça e nacionalidade, que, no passado, nos tinham fornecido sólidas localizações como indivíduos sociais”, hoje estão fragmentadas e isoladas em si mesmas. A sociedade conectada, anunciada anos atrás por Sacristán (2002), configura-se projeto central para a reestruturação econômica, política, social e cultural.

À vista disso, a premência de se abandonar a ideia conservadora de cidadania local declina em significação com a relação entre o indivíduo e o Estado-Nação impetrada pela globalização. Vieira (2002) corrobora a concepção de Sacristán, afirmando que a globalização demanda a eliminação de empecilhos sobre desenvolvimento sustentável e estabelecimento de novos elementos para a cidadania global.

Completando essa ideia, trazemos Vilaça e Araújo (2016, p. 18) ao defenderem que:

A cidade contemporânea, rodeada de tecnologias, vem experimentando diferentes formas de relações sociais entre os seus usuários. As redes sociais digitais possibilitam que os indivíduos interajam com outros usuários da rede, que leiam notícias, opinem, reivindiquem, produzam seu próprio conhecimento, divulguem informações e até mesmo se mobilizem coletivamente. São novas maneiras de compartilhar, usufruir e fazer parte da sociedade em que vivem. Levando em consideração estes aspectos, o usuário das sociedades contemporâneas deve estar envolvido nestas transformações sociais que o espaço vem sofrendo com os avanços tecnológicos. Entretanto, não se deve desprezar que ainda há indivíduos que não participam de forma plena deste novo panorama, muitas vezes vivendo à margem de práticas sociais realizadas por meios digitais. Como resultado, a infoinclusão social deste indivíduo - como consequência da inclusão na sociedade da informação - é necessária para contribuir com o desenvolvimento da sua cidadania (VILAÇA; ARAÚJO, 2016, p. 18).

Boaventura já declarava que “os cidadãos responsáveis e empenhados na criação de um futuro desejável para si, para a comunidade e para todos os habitantes do planeta” (2009, p.30) e, assim sendo, terão que compreender que o uso ilógico do Ambiente não será mais possível em breve, e que promover boas práticas ambientais será o caminho de sobrevivência da espécie humana. Cabe aqui ressaltar que a utilização de “Ambiente” em maiúsculo, nesta obra, corresponde ao entendimento do ambiente como um todo, envolvendo seres vivos e não vivos.

Castells também veio a constatar que a “nova forma de poder reside nos códigos da informação e nas imagens de representação em torno das quais as sociedades organizam suas instituições e os indivíduos constroem suas vidas e decidem o seu comportamento” (2011, p. 423). E, mais tarde, apoiados nos estudos de Michel Foucault, os autores Barreto e Rios afirmam que “o controle social fica diluído a uma vasta multiplicidade de elementos e dispositivos de vigilância. O poder não se aplica aos indivíduos, passa por eles” (2012, p. 8) e, como não existe um centro fixo de poder nas culturas modernas, se alarga e produz a modulação necessária na conjuntura da mídia digital. Isto porque:

A internet abriu espaço para a movimentação virtual de relações de controle e vigilância que se movimentam pelo ciberespaço em uma rede de poder que atinge diversos pontos e sujeitos conectados e integrados a uma mesma rede de interatividade (BARRETO; RIOS, 2012, p. 9).

Dessa maneira, tanto a mídia digital quanto as empresas que se utilizam do viés ambiental em sua gestão controlam esse poder; e os indivíduos são deslocados de suas localizações espaciais e realidades culturais, forjando uma rede participativa de alcance global.

Desde a promulgação da Constituição brasileira (1988), é possível observar a **transformação da cidadania**. Nela constatamos que variados modelos éticos instituídos sobrepuseram o exercício social do **binômio direito-dever**, que se fez imperativo sobre o Ambiente até recentemente.

A edificação desta cidadania deflagrou deficiências na ampliação e orientação pelos valores de participação, responsabilidade e solidariedade. E, com base no movimento da globalização,

notamos que as motivações sociais, políticas e econômicas equacionam as questões referentes às novas configurações das organizações e do Ambiente.

Em razão deste contexto, o processo produtivo indicou a necessidade de solidificação da indústria 4.0 para que ela invista em boas práticas ambientais internas e externas da empresa. As sugestões deveriam compor a Gestão Ambiental digital. Elas precisariam, então, conter: a) o comprometimento e a política ambiental da organização e de seus colaboradores; b) o planejamento dos aspectos ambientais e seus respectivos impactos; c) a inserção de operação de funções e responsabilidades ambientais; d) a verificação e as ações ambientais; e) a análise crítica e a melhoria pela administração.

Essas sugestões visam a minimização dos impactos ambientais decorrentes das atividades das empresas, incentivando a disponibilização de todas as documentações aos interessados, de modo que os requisitos legais, os objetivos, as metas e os programas de Gestão Ambiental digital sejam transparentes; que o treinamento, a sensibilização e o desenvolvimento de comunicação sejam amplamente divulgados entre todos os segmentos envolvidos.

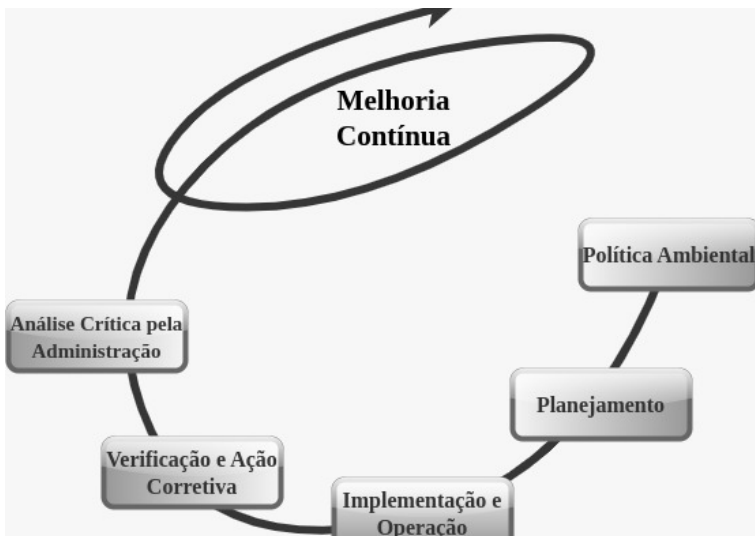
No que se refere à sensibilização ambiental da população interna ou externa da empresa, as sugestões buscam aperfeiçoar o monitoramento e a medição, a identificação das não-conformidades, as ações corretivas e preventivas, a manutenção e o descarte e as auditorias; a organização dos resultados das auditorias e a adequação do sistema e das preocupações de todas partes interessadas.

Essas sugestões não são somente inovações, são indicações que modificam o cenário atual; contudo, vale lembrar que na década de 1990, a *International Organization for Standardization*

(ISO), série 14000, foi uma das tentativas formais de fornecer instrumentos e estabelecer padrões para a inserção da Gestão Ambiental digital convencional, o que reforça tais sugestões mencionadas anteriormente.

Neste contexto, ressalta-se a norma Iso 14001, que trata dos critérios para implantar o Sistema de Gestão Ambiental (SGA), estabelecendo ações sistemáticas para implementar, monitorar, avaliar, auditar, certificar e manter um SGA (Figura 2).

FIGURA 2. Sistema de Gestão Ambiental para ISO 14001



Fonte: Adaptado de Donaire (1999, p. 117).

Sua implantação foi uma grande novidade na época, porque as especificações e os elementos sistematizam uma Gestão Ambiental para a empresa, mediante uma política ambiental organizada. Por exemplo, monitoramento do consumo de matéria-prima e insumos para prevenir desperdícios.

As ISO's indicavam vários benefícios caso as adaptações fossem realizadas; em especial, os benefícios da Iso 14001 para a empresa e para o meio ambiente eram os mais ressaltados (CERQUEIRA, 201–), apesar de que seus defensores proferiam que isso não aconteceria da noite para o dia, porém era uma orientação sólida a médio e longo prazos (Quadro 1).

QUADRO 1. Benefícios da Gestão Ambiental nas empresas

BENEFÍCIOS ECONÔMICOS
Economia de custos • Economias em razão da redução do consumo de água, energia e outros insumos. • Economias em razão da reciclagem, venda e aproveitamento de resíduos e diminuição de efluentes. • Redução de multas e penalidades por poluição. Incremento de receitas • Aumento da contribuição marginal de “produtos verdes”, que podem ser vendidos a preços mais altos. • Aumento da participação no mercado em virtude da inovação dos produtos e menos concorrência. • Linhas de novos produtos para novos mercados. • Aumento da demanda para produtos que contribuam para a diminuição da poluição.
BENEFÍCIOS ESTRATÉGICOS
• Melhoria da imagem institucional. • Renovação do “portfólio” de produtos. • Aumento de produtividade. • Alto comprometimento do pessoal. • Melhorias nas relações de trabalho. • Melhoria e criatividade para novos desafios. • Melhoria das relações com órgãos governamentais, comunidade e grupos ambientalistas. • Acesso assegurado ao mercado externo. • Melhor adequação aos padrões ambientais.

Fonte: Adaptado de Donaire (1999, p.59).

Apesar de todos os impactos identificados e recomendados pelas ISO's, é o alcance da mídia digital que está expandindo os benefícios supracitados. Consta-se que, atualmente, as metas e os objetivos ambientais determinados tornaram-se *moeda de troca*; os programas de Gestão Ambiental digital tornaram-se *contratos sociais*, ambos sendo apoiados em níveis de comprometimento da empresa.

A responsabilidade ambiental impulsionada ampliou seus limites corporativos aos civis, definindo as fronteiras que pessoas e empresa representam; por conseguinte, elegeu a comunicação como ponto focal, já que o canal de contato entre seus entes foi transformado em seu *marketing* corporativo. Deste modo, o controle, o monitoramento e a medição foram modificados com base na eficiência das operações adotadas, tendo em vista que as não-conformidades e as ações corretivas e preventivas deverão ser investigadas e superadas com alternativas diferentes às convencionais.

Neste sentido, a inserção da **identidade ambiental** no mundo virtual se intitula como a mais nova tendência de o ser humano poder arquitetar sua própria cultura. Mas isso é realmente possível? Essa e outras temáticas abordaremos a seguir.

A CONFORMIDADE AMBIENTAL DO CONSUMISMO OPERANTE

Em uma época que inaugura uma nova civilização, novas formas de ser, viver e até mesmo governar, a mídia digital desponta como o mais perfeito aparelho de comunicação. Ela acomoda a distribuição de um grande volume de conteúdo escrito, sonoro e visual que gera sinergias de ideias cotidianas.

No entanto, fica a dúvida: como a mídia digital promove mudanças na relação do usuário com ele mesmo, com os outros e com o mundo?

Para responder a esta questão, partimos do fato de que tanto uma ideia quanto um hábito não são lineares nem mesmo fáceis de serem incorporados ou destituídos. Todavia, a **cultura digital** apresenta constituição própria, apesar de sofrer influências de várias outras culturas. Strey e Kapitanski (2011, p. 55) afirmam que “Nunca se falou tanto em tecnologia como nas últimas décadas. Seu desenvolvimento tem permitido a existência não de uma nova ciência, mas de uma nova cultura”

No caso brasileiro, boa parte das ideias transmitidas em hábitos existentes (saberes culturais) foi organizada de acordo com as relações internas estabelecidas por aqueles que as possuíam (AZEVEDO, 1958). Para a cultura digital, o saber cultural ganhou um novo olhar e uma nova forma de transmissão. A percepção de um hábito a ser incorporado fica sob o domínio da inteligência artificial e daqueles que dominam este modelo de linguagem computacional.

Se antes uma ideia era baseada no processo histórico ou na formulação científica, agora basta uma verificação quantitativa de *links* para incentivar ações cotidianas. A era do *self* exacerba e legitima essa dominação. Por exemplo, para agregar o saber cultural ambiental via mídia digital, observamos que esta última faz com que o indivíduo se abra para atitudes que possam relacionar sua produtividade (pessoa) ao perfil socioambiental desejado (coletivo), assumindo o **papel de gestor** de suas próprias ações (BOECHAT; PARO, 2007).

Desse modo, nas últimas décadas, os movimentos ambientais vêm sugerindo enfaticamente que este indivíduo deva ser bem mais informado. Eles defendem tal necessidade, alegando a

existência de grande volume de notícias falsas sobre temáticas ambientais, já que elas serão utilizadas por ele e poderão causar impactos desnecessários e, em paralelo, a verificação da forma como as informações chegam até eles.

Neste momento, fica claro que o contexto da modernidade líquida em que nos encontramos “encoraja a ação e não a interação” (BAUMAN, 2000, p. 114). Como bem assinalou o autor, “A necessidade aqui é correr com todas as forças para permanecer no mesmo lugar, longe da lata de lixo que constitui o destino dos retardatários” (BAUMAN, 2005, p. 9-10); uma vez que “a sociedade de consumo líquido-moderna despreza os ideais de ‘longo prazo’ e da ‘totalidade’ (...). Assim sendo, tais ideais tendem a ser substituídos pelos valores da gratificação instantânea e da felicidade individual” (Idem, p. 63-64).

Também, Lindino (2005, p. 19) mostrou que em função das várias interpretações apresentadas pelas empresas:

[...] sobre a definição de funções ou atribuições destinadas aos seus trabalhadores e funcionários, a palavra de ordem eficácia soma-se ao termo competência, embasando o aprender-fazendo como aquisição do *know-how* para a realização de suas tarefas, garantindo a atualização das suas habilidades, a diminuição de seus erros e a ampliação de sua capacidade para realizar outras tarefas (LINDINO, 2005, p. 19).

Sob este contexto, podemos observar que quando Hayek (1984) se refere às pessoas como indivíduos livres, e quando Friedman (1985) enfatiza a necessidade de um Estado mínimo, os dois autores vislumbraram o capitalismo como sistema eficaz, pois este promoveria a relação entre o alargamento da liberdade e o aumento da competitividade econômica. Contudo, bem apontado por Comblin (1999, p. 58), isso não é totalmente

seguro de afirmar, pois tais pensamentos sugerem que “A crítica neoliberal acha que basta mudar o sistema econômico para mudar a estrutura social, a distribuição do poder e para formar um estado racional”.

Em outras palavras, “Numa sociedade de consumidores, tornar-se uma mercadoria desejável e desejada é a matéria de que são feitos os sonhos e os contos de fadas (BAUMAN, 2008a, p. 22). Limmer (2015) também reafirma esse alinhamento anos mais tarde. O autor declara que o capitalismo em modernidade líquida tem consequências inquietantes, visto que o indivíduo está sendo **libertado das certezas** da era industrial, recorrendo às **informações corporativas** e sendo levado a uma turbulência característica da sociedade global.

Cabe lembrar que Hayek já afirmava em suas pesquisas que:

[...] O bem-estar e a felicidade de milhões não podem ser aferidos numa escala única de valores. O bem-estar de um povo, assim como a felicidade de um ser humano, depende de inúmeras coisas que lhe podem ser proporcionadas, numa infinita variedade de combinações (1984, p. 74).

E Wallerstein (2001, p. 15-16), na obra *Capitalismo histórico e civilização capitalista*, confirmou que:

Como o capitalismo é centrado em si mesmo, nenhuma relação social permaneceu intrinsecamente isenta de uma possível inclusão. O desenvolvimento histórico do capitalismo envolveu o impulso de mercantilizar tudo. Não bastava mercantilizar os processos sociais. Os processos de produção se vinculavam uns aos outros através de cadeias mercantis complexas (...) não era inevitável – e nem sequer comum – que todos os processos dessa cadeia estivessem disponíveis

sob a forma de mercadorias. Sem dúvida, como veremos, o lucro é frequentemente maior quando todos os elos da cadeia estão de fato mercantilizados” (WALLERSTEIN, 2001, p. 15-16).

Ele indicou, ainda, a necessidade de se avaliar o usuário ativo na mídia digital, quais identidades estão sendo promovidas pela mídia digital e se elas se diferem ou não das já existentes. Anos mais tarde, Limmer adverte que “Se antes as ameaças eram percebidas por grupos, agora devem ser resolvidas intimamente” (2015, p. 1962).

Seguindo o mesmo enfoque, Correa (2016) aponta o realinhamento de discursos a respeito das práticas ambientais. O autor afirma que “a interdependência tecnológica e comunicativa global reproduzem uma multiplicidade de ‘bolhas agregadas’” (CORREA, 2016, p. 138), gerando espaço de saber em uma rede conceitual que se transforma em um **tear de expressões e mitos**.

A possibilidade de comunicação global em si não garante uniformidade de pensamento, mas promove a uniformidade de compartilhamento, expandindo os limites diversos das comunidades globais. Esta ideia foi também o principal foco de um estudo realizado por pesquisadores do Instituto Tecnológico de Massachusetts (MIT), em 2017. O estudo mostrou que a influência da mídia digital na opinião pública se deu por meio do compartilhamento de notícias falsas realizadas por *bots*². E dela, notamos que as ações, os dispositivos e os artefatos subsidiavam uma coleta de dados que tinha como objetivo organizar e lançar novos hábitos, formas de vida, competência ética e virtudes no ambiente virtual.

² Contas automatizadas criadas para replicar as mensagens (BIBLIOTECA GOCONQR, 2021. Disponível em: <https://www.goconqr.com/library>).

O século XXI está sendo marcado pela presença das tecnologias da informação como extensões e amplificadores da mente humana: a rede é a mensagem (CASTELLS, 2011). Neste desenho, e especificamente sob este contexto, a **sociedade em rede** mudou a forma de se relacionar, de comunicar e pensar. A mídia digital é um bom exemplo disso, visto que ela solicita a globalização das informações.

A importância da mídia digital na construção da multiplicação das visões de mundo se mostra no modo como a transformação social desempenhou um papel revolucionário e influente nos processos culturais e sociais (DI FELICE, 2008). Para este autor, o papel ativo deste modelo de mídia acende a capacidade de fornecer visibilidade ao indivíduo e propõe ideias que representam a opinião pública, colocando-se em dupla função de veículo cultural – **criador e difusão de opiniões**.

A reunião de informações sobre e para o indivíduo recebe destaque tanto para melhor compreender suas escolhas quanto para poder prever situações de decisões futuras. Sob esta conjuntura, Lazzarato (2006, p. 101) afirma que:

As sociedades de controle caracterizam-se assim pela manipulação da oferta de ‘mundos’ (de consumo, de informação, de trabalho, de lazer). Trata-se porém de mundos lisos, banais, formatados, porque soa mundos da maioria, vazios de toda singularidade.

Cassiano (2018) acompanha a visão de Lazzarato (2006) ao afirmar que as empresas, ao criarem mundos, empoderam o *marketing* como o centro estratégico sobre questões ambientais. Ambos apontam que a passagem da **sociedade disciplinar** para a **sociedade de controle** propõe que as informações são hoje tratadas muito mais como mecanismo de modulação algorítmica

do que manipulação midiática e, portanto, eles compartilham a ideia de que o *marketing* adotado na mídia digital pelas empresas pode produzir as mudanças radicais na liberdade. Isto porque a liberdade não é somente vista como livre-escolha, mas sim como liberdade condicionada para escolher as ofertas aderentes por *influencers* contratados.

Segundo as teorias sobre o capitalismo liberal, a organização social abalizada na propriedade privada dos meios de produção e a ausência (ou presença mínima) de coerção nas trocas ou contratos concordados sugere que a liberdade para escolher algo se baseia na escolha livre de obrigações ou persuasões. Nesta abordagem, torna-se oportuna e manifesta a constatação das disputas entre os grupos contrários ou favoráveis sobre assuntos ambientais, que promovem a construção de uma ideia ou até mesmo de uma tomada de decisão.

De tal modo, cabe ressaltar que as disputas estimulam um posicionamento e, por isso, acabam distanciando o indivíduo do debate. Nos últimos anos, as várias alterações nas atitudes dos indivíduos assinalam que a dualidade de opinião não está acarretando colóquios com opiniões diferenciadas, mas sim embates críticos que provocam a resistência em ouvir o outro, gerando uma antipatia social e garantindo que a ideia aceita será a que se encaixe às características coletivizadas.

Neste caso, o mercado financeiro apontou a internet comercial como necessária para a ampliação e expansão significativas no Brasil na segunda metade da década de 2000 (ARAÚJO; VILAÇA, 2010). Strey e Kapitanski defendem que essa tecnologia tem se caracterizado como “um fenômeno que, muitas vezes, impõe à sociedade moderna hábitos e comportamentos diferentes, transformando a relação do ser humano com o outro, com o meio ambiente e consigo próprio” (2011, p. 55).

Entretanto, é fato que a comunicação digital ainda não é uma prática ecumênica. Barton e Lee (2015) alertam que ela por si só não provoca mudanças na vida dos seus usuários, mas sim que, utilizando as palavras de Rojo, o indivíduo deve ser preparado para coexistir no ambiente virtual e “buscar no ciberespaço um lugar para se encontrar, de forma crítica, com diferenças e identidades múltiplas” (2013, p.7).

No que se refere ao contexto ambiental, alça-se o questionamento: este modelo sugere a **cultura do fazer** parte deste ambiente como coação ou como atratividade? Até o momento, a literatura ambiental defende que como coação. Sobre esta defesa, notamos que tal cultura se equipara à ideia de **fazer-se visível**.

Ainda, compete ressaltar que esta mesma literatura aponta que nem todos os indivíduos que se fazem visível compreendem o que isso significa. Por exemplo, o *Marketing Verde* “se apresenta como tentativa de acalmar os ânimos e atender ao novo perfil de consumidor mais preocupado em não participar desse processo devastador do patrimônio natural” (SILVA; ALVES, 2019, p. 192).

Outro exemplo está no conteúdo de *Fake Green*, que se tornou uma “antítese do conceito de desenvolvimento sustentável” (Idem, p. 202) e sustenta o relaxamento com procedimentos educacionais no que tange ao seu uso como *marketing*. A relação entre a mentalidade consumista conflituosa de existência planetária e a tendência mercadológica de essência empresarial se entrelaça ao pensamento humano.

Por meio dela, o aforismo da manipulação em um discurso ecossistêmico para agradar e atrair consumidores auxilia no que diz respeito ao “sistema predatório e insustentável ao adquirir um produto acreditando que com essa atitude estaria preservando o meio ambiente” (Idem, p. 197). Essa afirmação corrobora a ideia de que “a sociedade ainda permanece perdida

diante [...] da ânsia por consumir” (SILVA; ALVES, 2019, p. 192). Consequentemente, a necessidade de construção de instrumentos histórico-críticos para os usuários sobre as informações disponíveis é urgente, para que se garanta a proteção social e ambiental, com liberdade de expressão em qualquer modelo de comunidade ou em qualquer meio de comunicação, tema este que apresentaremos a seguir.

II

**DA VIGILÂNCIA
PESSOAL À
VULNERABILIDADE
COLETIVA**

O capitalismo sugere três modelos de **mercadoria fictícia** para justificar sua permanência: **trabalho** (mão de obra); **propriedade fundiária** (terras); e **papel moeda** (dinheiro). Segundo Zuboff (2019) é:

[...] fruto da expropriação das experiências humanas reais, cujos corpos, pensamentos e sentimentos são tão intactos e inocentes quanto os campos e florestas que abundavam na natureza antes de sua absorção pelo mercado. De acordo com essa lógica, a experiência humana é mercantilizada pelo Capitalismo de Vigilância, para renascer como “comportamento”. Traduzidos em dados, estes assumem seu lugar na fila interminável que alimenta as máquinas concebidas para fazer predições que se compram e se vendem.

Separadamente, empregando o pensamento de Foucault (1989, 2010), Lazzarato (2006) e Castells (2013) afirmam que saímos do estado de **docilizar** comportamentos (mediante à coesão física, por exemplo) para **introjetar** comportamentos. Desta forma, criam “hábitos, impondo uma cultura que, mesmo na ausência da vigilância da autoridade, garanta que o agir e o pensar sigam as normas previamente ditadas” (CASSIANO, 2018, p. 14-15).

O autor adverte que isso ocorre porque:

Quando mecanismos emocionais são estimulados, o cérebro ativa a capacidade de decisão de nível superior, buscando e dando mais atenção às informações que recebe [...], [visto que] a atenção é um recurso valioso que precisa ser gerenciado como qualquer outro recurso precioso (CASSIANO, 2018, p. 16 e 18).

Ainda, completa Cassiano (2018), como os mercados financeiro e trabalhista são motores movidos pelo combustível da atenção, a mídia digital se apropriou do indivíduo em essência e existência como o mais **novo produto** do capitalismo. Recentemente, consultores financeiros e empresas de *marketing* recomendaram o monitoramento do comportamento humano como adequação de ideias, lucratividade total e minimização de riscos.

Neste sentido, a justificativa é substituir a incerteza pela certeza, dentro dos inevitáveis imprevistos da vida cotidiana em face de informações controladas, assuntos estes que tratamos a seguir.

CAPITALISMO DE VIGILÂNCIA NO APARATO DIGITAL

O aparato digital legitima mais uma forma de comunicação, propalando conhecimentos a inúmeros indivíduos em situações inimagináveis. O ambiente virtual tornou-se lugar-comum e os indivíduos utilizam a maior parte dos mecanismos nele existente o dia todo.

A **ambientalização virtual** não é um assunto novo. Todavia, de acordo com Lévy, a comunicação por mundos virtuais é “mais interativa que a comunicação telefônica, uma vez que implica na mensagem, tanto a imagem do indivíduo quanto a da situação que são quase sempre aquilo que está em jogo na comunicação” (1999, p.89). Sob esta configuração, as novas formas de se comunicar causam novos jeitos de trocas de informações.

Vários estudos apontam que a internet é uma forma eficaz de comunicação e um eficiente meio de veiculação. Neste sentido, ao conectar-se, o indivíduo não somente interage com outro indivíduo, mas também com uma infinidade de possibilidades de conversação (textos, fotos, vídeos, *links*, páginas, grupos etc.).

Deste universo de possibilidades, Lévy (1999) sinaliza o **papel das tecnologias intelectuais** como uma nova relação com o saber. As mutações provocadas na relação Educação-Economia do saber preconizam transformações nesse processo. Segundo o sociólogo, em face da construção de conhecimento crescente, o surgimento de uma nova configuração de produto-trabalho capitaliza os saberes e as trocas de experiências (LEVY, 1999).

A **inteligência coletiva** tem a finalidade de reunir a maior quantidade de informações mediante a tecnologia de inteligência artificial ou da aprendizagem de máquinas. Como cita Zuboff (2018, p.31):

Nada é trivial ou efêmero em excesso para essa colheita: as curtidas do Facebook, as buscas no Google, e-mails, textos, fotos, músicas e vídeos, localizações, padrão de comunicação, redes, compras, movimentos, todos os cliques, palavras com erros ortográficos, visualizações de páginas e muito mais.

Sem deixar de lado a ideia de que o sistema capitalista se encoraja na livre escolha como prerrogativa de comércio, a indicação de mudança no modo de escolha no mundo virtual evidenciou mais uma camada deste sistema. Shoshana Zuboff, docente da Escola de Administração de *Harvard*, cunha o conceito de Capitalismo de Vigilância como uma “nova ordem econômica que considera a experiência humana como material cru

gratuito para práticas comerciais ocultas de extração, predição e consumo” (ZUBOFF, 2018, p. 29).

A autora integra os princípios básicos do capitalismo e os combina com a vigilância do Estado e a contrapartida capitalista. **A informatização da economia**, segundo Zuboff (2018, p. 33-34), “ilumina as relações sociais implicadas pela indiferença formal” e é “o status de tais dados como sinais de subjetividade que os tornam mais valiosos para os anunciantes” (Ibidem), mediada pelo computador.

Logo, a ausência de diálogo e do consentimento do sujeito preconiza o saber cultural como principal mecanismo de produção de conhecimento. Zuboff vai além, apontando que “A apreciada cultura da produção social na esfera individual em rede apoia-se nas próprias ferramentas que são agora os principais veículos para a apropriação baseada em vigilância do *data Exhausts* mais lucrativas” (2018, p. 40-41).

A autora reforça, ainda, que como as novas operações de negócios fogem dos modelos mentais existentes:

[...] e desafiam as expectativas convencionais,
[...] a lógica da acumulação que sustenta o
Capitalismo de Vigilância [...] impõe um regime de conformidade baseado em recompensa e punições, sustentado por uma redistribuição unilateral de direitos (ZUBOFF, 2018, p. 49).

O Capitalismo de Vigilância “elimina os antigos emaranhados da reciprocidade e a confiança em favor do ressentimento desconfiado, da frustração, da defesa ativa e/ou da dessensibilização” (ZUBOFF, 2018, p. 51). A realidade é agora avaliada (mercantilização), valorada (monetarização) e tipificada (comportamento), em virtude dos **ativos de vigilância** que se acumulam e atraem um novo significado capital.

Com esse novo contexto, “*The experiment succeeded by producing social cues that ‘suggested’ or ‘primed’ users in ways that tuned their real-world behavior toward a specific set of actions determined by the ‘experimenters’*” (ZUBOFF, 2019, p. 299)¹. A autora defende que este modelo de realidade produz **novas relações sociais**, nas quais “não há indivíduos, apenas o organismo mundial e todos os elementos mais íntimos em seu interior” (Idem, p. 56).

Precisamente, compartilhamos a mesma dúvida levantada pela autora sobre a mídia digital, se os indivíduos agem impulsionados pelo Capitalismo de Vigilância, sabendo que a **ignorância induzida por engano** não é um contrato social e se eles conseguem distinguir que a liberdade da incerteza não é liberdade, completa a autora.

Com o acúmulo de informação ativa² ou informação passiva³, é possível agenciar o engajamento digital e delinear visões microsegmentadas. Zuboff (2019) distingue que, apesar do totalitarismo operar mediante a violência, o poder instrumentário se move de modo diferente e em direção a um horizonte oposto:

[...] instrumentarian power operates through the means of behavioral modifications, and this is where our focus must shift. Instrumentarian power has no interest in our souls or any principle to instruct. There is no training or transformation in our spiritual salvation, no ideology against which to judge our actions. It does not demand

¹ Tradução nossa: “O experimento teve sucesso ao produzir pistas sociais que ‘sugeriram’ ou ‘prepararam’ os sujeitos de maneiras que sintonizaram seu comportamento no mundo real em direção a um conjunto específico de ações pelos ‘experimentadores’” (ZUBOFF, 2019, p. 299).

² “Informar o que é indicado ser comercializado para mudar as aspirações de uma pessoa” (IAMARINO, 2020)

³ “Enfocar no que a pessoa demonstra como emoções para informar o que deve ser comercializado” (IAMARINO, 2020, online).

possession of each person from the inside out. It has no interest in exterminating or disfiguring our bodies and minds in the name of pure devotion. It welcomes data on the behavior of our blood and shit, but it has no interest in soiling itself with our excretions. It has no appetite for our grief, pain or terror, although it eagerly welcomes the behavioral surplus that leeches from our anguish. It is profoundly and infinitely indifferent to our meanings and motives. Trained on measurable action, it only cares that whatever we do is accessible to its ever-evolving operations of rendition, calculation, modification, monetization and control (ZUBOFF, 2019, p. 360)⁴.

Por conseguinte, conforme alerta Lyon (2018), a **dinâmica da vigilância** se entrelaça com os **deveres da vigilância** e, sob o controle destes dados, a construção de usuários consumidores torna-se ágil: “Cuidar é compartilhar” (p. 162). Para o autor, este *slogan* conecta o setor corporativo ao fenômeno *Prosumption* (termo que se refere à articulação ou fusão entre produção e consumo de mídia) e destaca que “A cultura da vigilância é uma dimensão da transformação social, tecnológica e político-econômica altamente significativa, inevitavelmente imbricada com a modernidade digital” (LYON, 2018, p. 172).

⁴Tradução nossa: “[...] o poder instrumentário opera por meio de modificações comportamentais, e é para aí que nosso foco deve mudar. O poder instrumentário não tem interesse em nossas almas ou qualquer princípio a instruir. Não há treinamento ou transformação em nossa salvação espiritual, nenhuma ideologia contra a qual julgar nossas ações. Não exige a posse de cada pessoa de dentro para fora. Não tem interesse em exterminar ou desfigurar nosso corpo e mente em nome da devoção pura. Aceita dados sobre o comportamento de nosso sangue e merda, mas não tem interesse em se sujar com nossas excreções. Não tem apetite por nossa dor, perda ou terror, embora receba com entusiasmo o excedente comportamental que escapa de nossa angústia. É profunda e infinitamente indiferente aos nossos significados e motivos. Treinado em ações mensuráveis, ele se preocupa apenas com que tudo o que fizermos seja acessível às suas operações em constante evolução de renderização, cálculo, modificação, monetização e controle” (ZUBOFF, 2019, p. 360).

Neste contexto, é possível constatar que essa utilização fragiliza a percepção e o aprofundamento das ideias no cotidiano da humanidade, aventando saberes culturais que não se sustentam ao longo dos anos. Zuboff (2019, p. 438-439) afirma, ainda, que:

Individuality is a threat to instrumentarian society, troublesome friction that sucks energy from “collaboration”, “harmony”, and “integration”. In an article titled “The Death of Individuality”, Pentland insists that “instead of individual rationality, our society appears to be governed by a collection of intelligence that comes from the surrounding flow of ideas and examples”⁵.

Podemos constatar que as informações sobre questões ambientais estão gerando muito mais ansiedade e medo (procrastinação) do que prevenção e estímulo de transformação (resiliência). Conforme os estudos de Fernandes *et al.* (2004), a ideia de saber aliada à **percepção cognitiva** geraram ações de controle, validação e compartilhamento desse saber, dando novos significados ou espaços a essas ações, fazendo com que o ser humano não somente compre produtos, mas se torne um (por exemplo, a dinâmica do Instagram traz o mote de que o ser humano é a sua própria imagem, sua própria marca).

De tal modo,

Surveillance capitalists are no different from other capitalists in demanding freedom from any sort of constraint. They insist upon the “freedom

⁵ Tradução nossa: “A individualidade é uma ameaça à sociedade instrumental, atrito problemático que suga a energia da ‘colaboração’, da ‘harmonia’ e da ‘integração’. Em um artigo intitulado ‘A morte da Individualidade’, Pentland insiste que “em vez da racionalidade individual, nossa sociedade parece ser governada por uma coleção de inteligências que vem do fluxo circundante de ideias e exemplos” (ZUBOFF, 2019, p. 438-439).

to” launch every novel practice while aggressively asserting the necessity of their “freedom from” law and regulation. This classic pattern reflects two bedrock assumptions about capitalism made by its own theorists: the first is that markets are intrinsically unknowable. The second is that the ignorance produced by this lack of knowledge requires wide-ranging freedom of action form market actors (ZUBOFF, 2019, p. 495)⁶.

Zuboff (2019) afirma, ainda, que o rolo compressor anti-democrático e anti-igualitário do Capitalismo de Vigilância é mais bem descrito como um golpe dirigido pelo mercado vindo de cima, pois:

It is not a coup d'état in the classic sense but rather a coup de gens: an overthrow of the people concealed as the technological Trojan horse that is Big Other. On the strength of its annexation of human experience, this coup achieves exclusive concentrations of learning in society: the privatization of the central principle of social ordering in the twenty-first century [...]. It is a form of tyranny that feeds on people but is not of the people. In a surreal paradox, this coup is celebrated as “personalization”, although it defiles, ignores, overrides and displaces everything about you and me that is personal (ZUBOFF, 2019, p. 513)⁷.

⁶Tradução nossa: “Os capitalistas de vigilância não são diferentes de outros capitalistas ao exigir liberdade de qualquer tipo de restrição. Eles insistem na ‘liberdade de’ lançar todas as novas práticas enquanto afirmam agressivamente a necessidade de sua ‘liberdade de’ leis e regulamentos. Esse padrão clássico reflete duas suposições fundamentais sobre o capitalismo feitas por seus próprios teóricos: a primeira é que os mercados são intrinsecamente incognoscíveis. A segunda é que a ignorância produzida por essa falta de conhecimento requer ampla liberdade de ação dos atores do mercado” (ZUBOFF, 2019, p. 495).

⁷Tradução nossa: “Não é um golpe de estado no sentido clássico, mas sim um golpe de gens: uma derrubada do povo oculto como o cavalo de Tróia tecnológico que é o Grande Outro. Com a força de sua anexação da experiência humana, esse golpe atinge

Este contexto vem atraindo a atenção das empresas, em especial da Gestão Ambiental digital. Vale lembrar que ela ganhou força e visibilidade em razão da crescente preocupação em aceitar os **acordos ambientais estabelecidos** nacional e internacionalmente nas últimas décadas. Este é assunto para o próximo tópico.

(IN)EXISTÊNCIA DA PRUDÊNCIA AMBIENTAL NO CAPITALISMO DE VIGILÂNCIA

A ética, a transparência e a responsabilidade são, a cada dia que passa, mais exigidas pelo mercado. Neste sentido, a responsabilidade econômica, apesar de ser fundamental, divide espaço com as outras bases; por exemplo, atualmente, com o surgimento da personalização das responsabilidades sociais (*stakeholders*), procura-se identificar os membros da sociedade ou grupos mais importantes para a organização.

Stakeholder é um dos termos utilizados em diversas áreas referente a uma pessoa com interesse ou preocupação em algo, especialmente um negócio executado pela empresa. À vista disso, ao **agregar valor à marca** e fortalecer os vínculos comerciais e sociais da empresa, Ashley (2002) delimita a responsabilidade social como uma forma de gerar valor aos negócios e influenciar positivamente a **motivação dos funcionários**.

concentrações exclusivas de aprendizagem na sociedade: a privatização do princípio central da ordem social no século XXI [...]. É uma forma de tirania que se alimenta dos indivíduos, mas não é dos indivíduos. Em um paradoxo surreal, este golpe é celebrado como ‘personalização’, embora polua, ignore, anule e desloque tudo sobre você e eu que é pessoal” (ZUBOFF, 2019, p. 513).

Desse jeito, partindo-se do pressuposto de que **o ambiente ecologicamente equilibrado** é um direito difuso (MONTEMEZZO, 2008), acreditou-se que “o conceito de natureza não é natural, sendo na verdade criado e instituído pelos homens” (BOTTOMORE, 1990, p. 115). A concepção ganhou força maior na sociedade do século XIX, opondo-se à cultura, pois esta última era abalizada superior, já que conseguia controlar e dominar a natureza.

Durkheim (2007), nesta perspectiva, defendeu que, ao dominar a natureza, o **modo de conviver humano** se regulou em regras sociais externas e superiores a ele. O autor também aponta que esta dominação sugeriu que a Lei e a Ordem (Nomia) tornar-se-iam necessários para evitar a rebeldia da natureza, visto que:

A vida social, em vez de se concentrar numa multidão de pequenos focos distintos e semelhantes, se generaliza. As relações sociais – diríamos mais exatamente e intrassociais – se tornam, por conseguinte, mais numerosas, pois se estendem, de todos os lados, além de seus limites primitivos” (DURKHEIM, 1999, p. 252).

Neste sentido, Durkheim (2007) defende que devemos apostar mais na **Anomia Social** (ausência de referenciais a grupos primários de relações) já que:

A solidariedade que deriva das semelhanças se encontra em seu apogeu quando as consciências coletivas recebem exatamente nossa consciência total e coincide em todos os pontos com ela. Mas nesse momento, nossa individualidade é nula. Ela só pode nascer se a comunidade ocupar menos lugar em nós (DURKHEIM, 1999, p. 106-7).

Em tempos modernos, o ambiente virtual trouxe uma nova visão de mundo, destituindo o ser humano como protagonista da sua própria história. Em outras palavras,

Como o indivíduo não se basta, é da sociedade que ele recebe tudo o que lhe é necessário, como é para ela que ele trabalha [...]. Por seu lado, a sociedade aprende a ver os membros que a compõem não mais como coisas sobre as quais tem direito, mas como cooperadores que ela não pode dispensar e para com os quais tem deveres (DURKHEIM, 1999, p. 218).

Esse novo referencial insinua uma nova linguagem em massa e, em consequência, **novos hábitos**. Por exemplo, no século XXI inaugura-se uma nova forma de exclusão social.

A *Cultura do Cancelamento* se caracterizou como um movimento que fomenta a iniciativa de interrupção do apoio a alguém, em razão da demonstração de algum modelo de postura abalizado inaceitável. É crescente na fala das pessoas o tal cancelamento em redes sociais como dinâmica das relações sociais atuais.

Este tipo de cultura se manifesta com modo diferenciado na sociedade atual e, apesar de ela acontecer em um ambiente privado, tem um caráter público. O cancelamento dos indivíduos se configura banimento, e isso faz com que eles se caleem ou optem por uma visão dominante, e essa situação leva ao questionamento da liberdade de expressão ou até mesmo da liberdade de construção de novas ideias ou atitudes sociais.

Podemos utilizar aqui o estudo de Santaella (2003), que já afirmava décadas atrás que o avanço das transformações que passaria a sociedade contemporânea e que elas delimitariam a passagem do sistema um-todos para o modelo todos-todos. A

autora defendeu a ideia de que a cultura das mídias, e acrescentamos a cultura do cancelamento na mesma proporção, se configuraria uma cultura intermediária à cultura de massas.

Nesta lógica, abriria espaço para uma **cultura de linguagens fragmentadas e alineares**, marcadas por uma suposta autonomia e uma interação controlada. Cabe afirmar que, nesse contexto, a multiplicação de mensagens e de fontes controladas tornaria a procura por informações mais seletiva – destacamos aqui o direcionamento das informações referentes às questões ambientais.

A **revolução digital** evidenciaria a interatividade como modelo de relação social diferenciado com o conteúdo compartilhado entre os indivíduos (LEMOS, 2007). E este mecanismo ultrapassa as afinidades pessoais e invade as relações desenvolvidas no ambiente de trabalho porque:

[...] parte do *saber intelectual do trabalho* é transferida para as máquinas informatizadas, que se tornam mais *inteligentes*. [...] O envolvimento *interativo* aumenta ainda mais o *estranhamento do trabalho*, ampliando as formas modernas de fetichismo, distanciando ainda mais a subjetividade do exercício de uma cotidianidade autêntica e autodeterminada (ANTUNES, 2004, p. 347).

Além do mais, a mídia digital inaugura uma sociedade produtora de mercadorias mais profundas, quando interiorizada na condição contraditória da subjetividade individual e do estranhamento coletivo, disseminando novas objetivações fetichizadas na classe que vive do trabalho (BERNARDO, 2001).

A primeira representa apenas nossa personalidade de individual e a constitui; a segunda representa o tipo coletivo e, por conseguinte, a sociedade sem a qual ele não existiria [...]. Ora, embora

distintas, essas duas consciências são ligadas uma à outra, pois, em suma, elas constituem uma só coisa [...]. Logo, elas são solidárias. Daí resulta uma solidariedade sui generis, que nascida das semelhanças, vincula diretamente o indivíduo à sociedade [...] não consiste apenas num apego geral e indeterminado do indivíduo ao grupo, mas também torna harmônico o detalhe dos movimentos (DURKHEIM, 1999, p.79).

Nessas condições, a subjetividade é transformada em um objeto, que “funciona para a autoafirmação e a reprodução de forças estranhadas, [pois,] o indivíduo chega à autoalienar suas possibilidades mais próprias” (ANTUNES, 2004, p. 350). E, no contexto da educação voltada para a Gestão Ambiental digital, nota-se que as ideias propagadas pela Educação Socioambiental Empresarial preconizam a expansão do saber cultural dos seus usuários das mídias digitais, evidenciando e conclamando por adequações para ser compreendida em sua totalidade.

Conforme já apontavam Val Júnior e Gesteiro (2004), a adoção da responsabilidade social e ambiental pelas empresas sugere:

[...] Proteger e fortalecer a imagem, favorecendo a empresa, pois a credibilidade passa a ser uma importante vantagem, um diferencial que compete ao mundo globalizado; **Fazer o diferente entre outras empresas,** pois quando a mesma se insere na comunidade, cria-se um diferencial no marco empresarial; **Visão positiva perante a empresa,** pois passa a satisfazer não só seus acionistas, mas principalmente os consumidores; **Fidelização dos clientes,** pois oferecer mais do que a obrigação conquista os mesmos; **Segurança patrimonial e dos empregados,** pois onde esteja localizada a empresa será cuidada

pelos moradores (VAL JÚNIOR; GESTEIRO, 2004, grifos nossos).

Neste sentido, podemos afirmar que as bases e os objetivos da Educação Socioambiental se aliam à prudência ambiental em face de processos educativos que colaboram para a formação de cidadãos planetários. Tais desafios visam “quebrar a barreira entre o conhecimento alienante para conseguir articular saber e viver, razão e emoção” (TRISTÃO, 2002, p. 174).

A mídia vem se fortalecendo e tornando o único canal de comunicação e de informação. Portanto, além das variáveis econômicas, “deve-se inserir a ética socioambiental, incorporando saúde, educação e qualidade de vida” (MONTEMEZZO, 2008, p. 71). Para isso, “é preciso compreender a relação de causalidade e a interdependência entre os aspectos sociais e ambientais mundiais”, como defende Trevisol (2003), que também alerta para a necessidade de sensibilização de cada ser humano (individual ou coletivamente).

O papel do ser humano na manutenção do equilíbrio planetário torna-se vital para ele mesmo. Logo, a chave para a transformação está em compreender os valores e as atitudes das pessoas e, dessa forma, construir a cidadania planetária. Segundo Montemeyzo (2008, p. 72), ao construir uma cidadania planetária:

[...] a responsabilidade, o cuidado e a solidariedade que conduzem à sustentabilidade tanto ambiental quanto social [...]. A função principal da Educação Ambiental é a construção da ecocidadania, capaz de motivar o indivíduo a assumir seu papel local e globalmente na proteção do meio ambiente, [desta forma,] o princípio ambiental da prudência, fundamentado nos ideais agrupados de prevenção e precaução,

é elemento intrínseco da ecocidadania, pois a finalidade da participação popular qualificada é a proteção do meio ambiente da ocorrência de danos. Ou seja, o cidadão assume seu papel local e globalmente, com base em ideais de sustentabilidade, para a concretização da prudência. O que se debate, no entanto, são as dificuldades na implementação da educação ambiental, especialmente considerando-se seus desafios e suas tarefas (MONTEMEZZO, 2008, p. 73).

Em relação aos riscos ao Ambiente, as sugestões de Loureiro (2005) são importantes e representam uma alternativa viável para a construção da ecocidadania. O princípio da prudência adota medidas que evitam a geração de danos e promove comportamentos próprios da Educação Socioambiental, bem defendido em estudos desenvolvidos por Layrargues (2000).

Com base nesta perspectiva, este livro procura discutir a possibilidade de a Educação Socioambiental ser caracterizada como um espaço para sensibilizar a Gestão Ambiental Empresarial digital, em virtude da preservação do ambiente global e da remodelagem do uso dos recursos naturais pela comunidade empresarial local. Assunto esse que veremos a seguir.

III

**GESTÃO AMBIENTAL
EMPRESARIAL DIGITAL:
DA SENSACÃO DE CULPA
PARA A ADOÇÃO DA
RESPONSABILIDADE
SOCIOAMBIENTAL**

Um processo de mudança ambiental nas empresas deveria ser considerado um processo natural, mas nem sempre o é. Neste sentido, para construir um histórico sobre a Gestão Ambiental nas empresas, recorreremos à Polizelli.

Polizelli, Petroni e Kruglianskas iniciam esta contextualização, apontando que:

[...] nos últimos anos, o crescimento no Brasil da gestão socioambiental [...] envolve a combinação das chamadas boas práticas administrativas com a preservação da natureza e amplia os compromissos éticos da empresa, expressos na sua maior transparência e no respeito para com o desenvolvimento sustentável (2005, p. 310).

De 1970 a 2020, muitas das ações implantadas demonstravam uma **atitude reativa** (cumprimento das normas). A ideia de mostrar alguns pontos centrais propõem como a Gestão ambiental nas empresas caminhou lentamente ao esperado, pois, “envolvem o conhecimento como importante variável de competição estratégica entre as empresas no ambiente de negócio globalizado em que atuam” (POLIZELLI; PETRONI; KRUGLIANSKAS, 2005, p. 309).

Os autores Poliezzi, Petroni e Kruglianskas (2005) organizaram um quadro conceitual contendo os seguintes pontos: foco, meios, influências, principais barreiras, políticas concretas, inovações, problemas, ferramentas e perfil, que permite captar as interrelações existentes e lidar com cenários complexos ao

QUADRO 2. Paradigmas da Gestão Ambiental nas empresas

Tópicos	1970 - Comando e controle	1980- Instrumentos de mercado	1990 - Abordagens híbridas	2000-2020 - Gestão do conhecimento
1. Foco	• controle da poluição nas indústrias	• controle e início de prevenção	• controle e prevenção integrados	• negócio sustentável e estímulo para os processos de inovação
2. Meios	• extensa legislação sobre os limites de cada fonte poluidora • taxar a empresa que polui (ligada ao conceito de externalidade com base local)	• taxas e permissões para poluir (abordagem de custos) • poluidor paga • externalidade com base local	• prevenção da poluição por todos os membros da sociedade • esforço de integração nas empresas • crítica ao conceito da externalidade com base local	• legislação como oportunidades • processos integrados às necessidades ambientais • revisão do conceito de externalidade com base local
3. Influências	• visão de capacidade de regulação do estado • visão restritiva da legislação ambiental	• redução do estado previdência e do papel regulador do estado • visão restritiva da legislação ambiental	• revisão das políticas ambientais do estado • discurso sobre as responsabilidades sociais das empresas exercidas a partir de missão, cultura, objetivos e quadro de valores explicitamente comprometidos com o meio ambiente	• cultura de negócios rumo ao desenvolvimento sustentável e à responsabilidade socioambiental

continua

Tópicos	1970 - Comando e controle	1980- Instrumentos de mercado	1990 - Abordagens híbridas	2000-2020 - Gestão do conhecimento
4. Principais Barreiras	• cumprir apenas a legislação • pouca integração entre matriz e filial • pequena articulação da gestão ambiental com o negócio • consumidor interessado apenas no preço • envolveu apenas as empresas poluentes	• legislação normativa apenas no preço • pequena articulação da gestão ambiental com o negócio • pouca integração entre matriz e filial	• cultura conservadora em alguns segmentos das empresas • início da gestão ambiental na cadeia fornecedor-cliente • início de aproximação das políticas de P&D, produção e gestão ambiental entre matriz e filial	• todos os níveis das organizações envolvidos nas políticas ambientais • integração da gestão ambiental concluída na cadeia fornecedor-cliente • maior aproximação das políticas de P&D, produção e gestão ambiental entre matriz e filial
5. Políticas Concretas	• gestão fim de tudo (tratar e dispor os poluentes após o fim da produção, sem interferir sobre os processos)	• manutenção da gestão fim de tudo • permissões com poucos resultados mesmo na OECD • tentativa de organização de um mercado de regulação	• revisão da gestão fim de tudo • P&D integrado com as políticas ambientais • emprego das certificações • estratégias de comunicação com compromissos ambientais relativamente mais claros	• superação da gestão fim de tudo • telecomunicações atuando na cooperação intrafirmas e trabalho em rede • certificações integradas com a missão e os objetivos da companhia • ampla participação da alta gestão

Tópicos	1970 - Comando e controle	1980- Instrumentos de mercado	1990 - Abordagens híbridas	2000-2020 - Gestão do conhecimento
6. Inovações	• desenvolvimento da indústria ambiental • primeiros mecanismos de redução da poluição nas indústrias • origem das agências reguladoras de meio ambiente	• indústria ambiental na OECD • integração das agências reguladoras no plano nacional • <i>marketing ambiental</i> (apenas na diferenciação de produtos) • primeiras experiências de P&D com os negócios ambientais • certificações ambientais e selos verdes	• cinco pontos de gestão ambiental aproximam pessoas (incluindo a gestão de resíduos residenciais), empresas (substituições de matérias-primas, redução do consumo de energia e de processos), ONGs e estado dos processos de prevenção ambiental • início do <i>marketing ambiental</i> que integra as necessidades dos consumidores com as práticas ambientais	• políticas de longo prazo para a cadeia produtiva • integração entre as agências reguladoras no plano internacional • <i>marketing ambiental</i> efetivo • práticas de gestão ambiental em toda a cadeia de suprimentos • P&D incorporado às ações ambientais
7. Problemas	• ênfase na legislação reduziu o estímulo para inovações ambientais nas fábricas isoladamente • poucas relações de P&D com negócios ambientais e <i>marketing</i> corporativo	• pequeno número de permissões para poluir não foi capaz de gerar um mercado • <i>marketing ambiental</i> restrito a pequenas diferenciações • poucas relações de P&D com negócios ambientais	• dificuldades na integração entre as diversas políticas de gestão • <i>marketing ambiental</i> ainda não totalmente implantado	• dependência tecnológica • maior implantação do <i>marketing ambiental</i> • forte disputa em relação a direitos e patentes • barreiras informais no comércio exterior com base em justificativas ambientais

Tópicos	1970 - Comando e controle	1980- Instrumentos de mercado	1990 - Abordagens híbridas	2000-2020 - Gestão do conhecimento
8. Ferramentas	• relatório de impactos ambientais (licenciamento ambiental)	• gestão de riscos, eficiência energética, recuperação ecológica • leilão dos direitos de poluir • análise de viabilidade	• certificações • produção mais limpa (estratégias ambientais integradas a produtos, processos e serviços) • análise do ciclo de vida (ferramenta de decisão com base no exame sistêmico da produção desde as matérias-primas, aceitação do mercado e disposição dos produtos) • ISO 14.000	• <i>ecodesign</i> (envolve o <i>design</i> para a produção ambiental combinado com a saúde e a segurança durante todo ciclo de vida dos processos da empresa) • produção limpa (avanço qualitativo em relação à produção mais limpa) envolve quatro princípios básicos: precaução, prevenção, integração e controle democrático por parte da sociedade • ecoeficiência (estratégia que integra as ações ambientais e todas as áreas da empresa)
9. Perfil	• reativo (apenas cumpre a legislação, sem preocupação com o meio ambiente)	• ofensivo (pequenas mudanças nos processos produtivos, pouca integração entre gestão ambiental e negócios)	• transição (mudança de cultura efetiva rumo a critérios ambientalmente sustentáveis e investimentos orientados para objetivos claros)	• inovativo (proativo) (antecipa problemas, desenvolve processos e produtos ambientalmente corretos com enfoque estratégico)

Fonte: Extraído de Polizelli, Petroni e Kruglianskas (2005, p. 312-313).

mesmo tempo, para além das contribuições teóricas, conforme apresentado no quadro 2.

As políticas concretas, as inovações, as ferramentas e o perfil da Gestão Ambiental deflagram a evolução desejada ou alcançada no decorrer dos anos. No mesmo período, várias conferências ocorreram, por exemplo, Estocolmo, Rio-92, Kyoto, Paris, Rio+20. Contudo, vale destacar que somente a partir de 1980 notamos que as empresas começaram a ter uma **mudança de conduta**, com fim financeiro. Na década de 1990, o cenário ambiental provoca uma nova onda para mudar a conduta da ISO 14000 (série de normas de Gestão Ambiental).

Além da responsabilidade socioambiental, a ecoeficiência ganhou espaço mediante a inserção de Sistemas de Gestão Ambiental nas empresas. E hoje, diferentemente das décadas anteriores, para além da minimização dos impactos, identificação das falhas e desenvolvimento de processos de melhoria contínua, as empresas precisam ampliar uma atitude mais proativa, tornando o Ambiente parte da estrutura da empresa.

Para tanto, a partir dos anos 2000, novas práticas e concepções surgiram; por exemplo, o termo *Sistema de Gestão de Informações*, que tem o papel de “unificar os processos de qualidade, gestão ambiental, segurança, saúde ocupacional e responsabilidade social, com o intuito de obter resultados cada vez melhores para as organizações que o adote” (MORAES; VALE; ARAÚJO, 2013, p. 29). Isto posto, cabe ainda ressaltar que:

Por mais que as questões ambientais tenham passado e ainda passam por altos e baixos, a evolução é constante, seja por obrigatoriedade legal ou necessidades. [...] Durante anos houve diversas evoluções nas empresas, na sociedade e entre os países que discutem alternativas

para diversas questões ambientais (MIRANDA; MORETTO; MORETTO, 2019, p. 6).

Igualmente, com o intuito de contextualizar a gestão existente e a Educação Socioambiental como emancipação, e de sugerir que modelo de gestão poderia ser empregada na atualidade. Isto porque esta é uma tendência que “cada vez mais as questões ambientais estejam no foco das discussões, entre os países, entre as empresas e na sociedade de maneira geral” (Ibidem). Miranda, Moretto e Moretto (2019, p. 7) apontam que:

Torna-se importante e interessante que os gestores de hoje tenham um pensamento aberto para essas questões, pois elas podem ser um diferencial para a empresa, basta analisarmos a história e a evolução do pensamento do consumidor [...] e vamos mais além, o consumidor está cada vez mais exigente, alguns mais atentos e bem informados inclusive conseguem identificar a prática de greenwashing e outros meios de “ilusão” (MIRANDA; MORETTO; MORETTO, 2019, p. 7).

Atualmente, o uso do *Marketing ambiental* efetivo indica a necessidade de implementação de práticas de Gestão Ambiental em toda empresa. Sendo assim, aliado às ações ambientais inovativas ou proativas, o investimento em Pesquisa & Desenvolvimento antecipa problemas e desenvolve estrategicamente processos e produtos ambientalmente corretos. Miranda, Moretto e Moretto (2019) alertam para a necessidade de análise da organização interna e externa da empresa, em virtude da relação estabelecida entre o econômico, o social e o ambiental na sustentabilidade, foco do próximo capítulo.

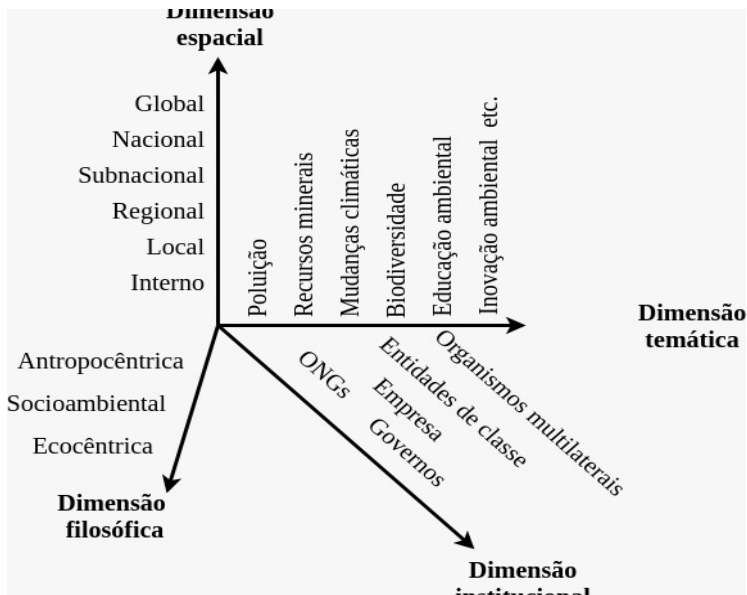
CONVERGÊNCIA CIDADÃO PLANETÁRIO DIGITAL E A IMPORTÂNCIA DA RESPONSABILIDADE SOCIAL E AMBIENTAL DAS EMPRESAS

Segundo Barbieri (2016), a Gestão Ambiental compreende um conjunto de diretrizes e atividades realizadas por uma organização. Neste sentido, o autor defende que “para alcançar efeitos positivos sobre o Ambiente, de modo a reproduzir, eliminar ou compensar os problemas ambientais decorrentes da sua atuação e evitar que outros ocorram no futuro” (Idem, p. 30), os gestores “se preocupavam mais em preservar os recursos do país, em vista da sua utilização, do que da natureza em si” (Idem, p. 36).

Barbieri (2016, p. 37) aponta ainda que “as últimas décadas do século XX foram ricas em denúncias e debates sobre problemas ambientais detectados por pesquisadores dos mais variados campos de conhecimento”. Desta forma, cita Rachel Carson (*Primavera Silenciosa*) e as obras neomalthusianas (*Clube de Roma*) como ícones.

Aqui cabe ressaltar que a Gestão Ambiental nas empresas, em sua origem, dedicava-se à inserção de ações governamentais para enfrentar a escassez de recursos. Somente com o tempo, outras questões ambientais foram assinaladas por outros agentes, por exemplo, as empresas.

Em seus estudos, Barbieri (2016) apresenta que qualquer proposta de Gestão ambiental nas empresas deve incluir no mínimo três dimensões, e complementa que ainda pode ser acrescentada a dimensão filosófica (Figura 3).

FIGURA 3. Dimensões da Gestão ambiental nas empresas

Fonte: Adaptado de BARBIERI (2016, p. 2).

Cada uma das dimensões traz consigo a ideia de como a Gestão ambiental nas empresas minimamente deveria seguir, buscando ações com efeitos locais, regionais e globais (BARBIERI, 2016). Com base neste contexto, o autor considera que a Gestão ambiental nas empresas tinha como finalidade seguir as **legislações ambientais** vigentes ou buscar novos recursos quando estes começavam a se tornar escassos, de maneira que a natureza só tem valor enquanto instrumento dos seres humanos e que a preocupação com o meio ambiente se dá na medida em que esta afeta e traz problemas para os humanos (visão antropocêntrica).

De tal forma, muitos discursos foram promovidos pelas ações empresariais implantadas que incorporavam a adoção e a crença de que a ciência e a tecnologia supririam esta deficiência

em curto prazo. Apesar de aceitos por muitos, notamos que esses discursos mais personalizaram gurus e seus manuais, do que trouxeram de fato a resolução dos problemas.

Apropriando-se ainda do estudo de Barbieri (2016), cabe ressaltar suas análises sobre o que esta visão da Gestão Ambiental promoveu. Para o autor, ela gerou uma posição ecocêntrica, a qual atribui “aos elementos da natureza um valor intrínseco e independente de qualquer apreciação da humana” (BARBIERI, 2016, p. 53). Essa posição leva em consideração o fato de que os recursos são finitos, sugerindo o uso mínimo deles para não afetar a capacidade de regeneração do meio ambiente.

Essencialmente, a Gestão Ambiental atual se baseia “na ideia de que todos os seres vivos de um ecossistema são independentes e por isso nenhuma espécie pode ser superior às demais, nem mesmo o homem” (Ibidem). A proposta do autor foi considerar a **Terra finita** e que a ciência ou a tecnologia não poderiam dar conta dos problemas ambientais sozinhas, visto que elas também são parte do problema. Entre essas duas visões (antropocêntrica e ecocêntrica), Barbieri (2016) cita a socioambiental, que reconhece o valor intrínseco da natureza, contudo, também admite que deva ser usada para atender as necessidades humanas e, por isso, procura sistemas de produção e consumo sustentáveis, respeitando as limitações do Ambiente, mas com **corresponsabilidade local e planetária**. Por conseguinte, o autor nos faz o seguinte questionamento: Por que a visão de mundo dos gestores deve ser entendida como uma das dimensões da Gestão Ambiental supracitadas?

Sem embargo, antes de adentrarmos diretamente neste assunto, cabe lembrar que, ao assumir o papel de gestor de suas ações, na visão de Boechat e Paro (2007), para além do perfil de gestor que a Gestão ambiental nas empresas exige,

vale advertir que as influências externas são fundamentais na mudança de postura da organização.

Este questionamento recomenda duas possibilidades de debate: 1) formas de se compreender o gerenciamento na Gestão ambiental nas empresas e, 2) amplitude dos discursos por elas produzidos. E, no que tange às formas de se compreender este gerenciamento, podemos classificá-los em **local**, quando apontamos as ações que devem ser realizadas no individual (de uma pessoa, de uma empresa, de um grupo, de um país, de um bloco), e **global**, quando incorporamos mudanças de ações a serem realizadas por grupos indefinidos (mistos ou sustapostos).

Estas ações tem como foco a ideia de mudar procedimentos ou instrumentos utilizados na produção em massa e, em virtude de amplitude dos discursos produzidos, sugerimos a configuração como a ideia ou a diretriz que será seguida pelos agentes envolvidos. Aqui cabe ressaltar que, apesar de teoricamente essa situação não ser nova, não importa diretamente o meio comunicacional, mas sim como este meio será adotado no percurso elaborado no **planejamento das ações** de Gestão Ambiental (local ou global).

Barbieri (2016) completa apontando que as ações praticadas por uma empresa podem produzir impactos internos e externos ao país onde ela se situa (embora os limites entre eles nem sempre sejam facilmente estabelecidos), visto que a “degradação ambiental que não ultrapasse o território de um país seria apenas um problema de ordem interna” (BARBIERI, 2016, p. 67).

Seiffert (2008) define que a Gestão ambiental nas empresas requer um conhecimento profundo e complexo das relações humanas e dos processos naturais, visto que ele recorre aos contextos sociais, econômicos e culturais. Esta recorrência propõe

que a sua noção vem evoluindo “na direção de uma perspectiva de gestão compartilhada entre os diferentes agentes envolvidos e articulados em seus diferentes papéis” (SEIFFERT, 2008, p. 48).

Além disso, revela o autor, os modelos de discursos veiculados podem demarcar pontos de afastamento socialmente estabelecidos entre a linha de oposição e a de situação. A relação entre o **caráter pedagógico da mídia** e a **formação dos sujeitos socioeducacionais**, conforme pretendemos demonstrar nesta pesquisa, deriva da qualidade discursiva existente neste processo.

Portanto, arriscamos em afirmar que a mídia digital insinua uma nova identidade, mais legitimadora e introduzida pelas instituições hegemônicas, que ampliam e racionalizam a **dominação dos atores sociais**. Essa mídia induz, ainda, o usuário a uma amplitude de interpretações, incorporando ideias que ecoam várias estruturas e conteúdos prenotados. Indo além, ela difunde noções que indicam jeitos de pensar e agir (identidades seletas) em uma sociedade que apresenta valores, crenças e atitudes cambiantes (saber cultural) e veicula ideias que articulam vida material com a imaterial, entrelaçando-as em uma **sequencialidade de interações e símbolos** que se tornam rapidamente ações cotidianas na realidade social do indivíduo.

Neste sentido, podemos afirmar que as empresas já foram assinaladas como “um reduto impenetrável para as preocupações com práticas coerentes em relação ao meio ambiente” (GUTIERRES; SASSI, 2019, p. 462). Tal carência aponta para a ampliação da difusão de conteúdos validados no que se refere à segurança intelecto-ambiental na sociedade e à formação do cidadão planetário digital para toda a população mundial, as quais indicam que a crise ambiental existente deveria provocar o **estranhamento positivo** das reivindicações sociais e o

ambiente virtual deveria insinuar uma identidade legitimadora sob duas dimensões: a Interativa e a Educacional.

A primeira, Dimensão Interativa, está relacionada à possibilidade e à facilidade que o usuário tem de modificar a informação disponível, possibilitando fazer colaborações e atuando para que possa ajudar a valorizar e fortalecer melhor a cultura ou vice-versa, não sendo passivo como na mídia tradicional. Já a segunda, Dimensão Educacional, está relacionada com a concepção de educação que valoriza as identidades dos usuários.

Esperamos que a cidadania planetária incorpore ações que desenvolvam a responsabilidade pela preservação do equilíbrio ambiental, por meio do sentimento de pertencimento (MORIN, 2018). Consequentemente, as questões ambientais são um dos principais fundamentos para a formação da cidadania e, como bem aponta o autor, sugerem esclarecimentos sobre o **processo de consumo e alternativas** que promovam a diminuição dos impactos socioambientais.

Nesse contexto, tais fundamentos sugerem que a responsabilidade socioambiental como gestão deva ser tratada com cuidado e seriedade. A preocupação com os impactos ambientais causados pelas empresas faz com que os gestores estejam bem-informados sobre quais ações adotar e divulgar.

A percepção e a constatação do modo como se veiculam ou recebem informações ambientais amparam esta pesquisa, que combina a concepção de Educação Socioambiental à Gestão Ambiental e seu emprego na mídia digital (lugar-comum privilegiado de circulação dos discursos ambientais em massa), matéria essa que veremos a seguir.

USO DO DISCURSO ADOTADO NA EDUCAÇÃO SOCIOAMBIENTAL COMO RECURSO

De acordo com Benjamin (1996), a proteção do Ambiente e os aspectos econômicos integram a responsabilidade ambiental. Contudo, as éticas tradicionais não conseguem regular a complexidade das ações do ser humano de hoje e do futuro, visto que a autonomia do ser humano leva-o:

[...] a utilizar a natureza e a conquistar a liberdade, que por consequência, inicia um caminho independente da ética. Isso significa dizer que as éticas tradicionais estão atreladas à tentativa de satisfazer as exigências resultantes da relação comportamental entre indivíduos em um determinado espaço e tempo, cujas ações ocorrem de maneira imediata e fornecem elementos de previsibilidade de suas consequências (BERTOLDI; DAMASCENO, 2017, p. 112).

Hoje, a natureza torna-se propriedade. Conforme Jonas (1998, p. 63) apontava em seus estudos, “a responsabilidade está relacionada ao poder” e, desta forma, a convivência harmônica entre os indivíduos e a natureza deveria ser regulada por um novo parâmetro ético, diferentemente das éticas tradicionais existentes.

Não diretamente neste sentido, mas afiançando a ideia, observa-se que Gutiérrez e Prado (2003), anos atrás, apontaram a necessidade de se incorporar a Educação Ambiental sob este contexto. Na época, Meira e Sato (2005) indicavam a debilidade de autonomia da Educação Ambiental, retirando liberdade da aprendizagem.

Inclusive, Sauvé (1996) aponta que Educação Ambiental deve deixar de ser ingênua politicamente, pois pode se tornar uma farsa da ideologia do desenvolvimento sustentável. Vale ressaltar que a autora vem clamando pela urgência do fortalecimento da Educação Ambiental nas últimas décadas e de que ela deveria criar conexão aos princípios sociais e de responsabilidade para assumir a marca Socioambiental e despontar como um espaço que sensibilize a comunidade civil em virtude da preservação do Ambiente global e da remodelagem do uso dos recursos naturais pela comunidade empresarial local na Gestão Ambiental digital.

Meira e Sato (2005) afirmam ainda que a Educação Ambiental está permitindo ser tratada como mero aparato da Gestão Ambiental e que a empresa deveria desempenhar um papel importante na construção da responsabilidade socioambiental por meio da disseminação de ideias transformadoras e vivenciadas.

Layrargues (1998) classifica que educadores vêm renomeando a Educação Ambiental, entre elas Educação para o Desenvolvimento Sustentável (NEAL, 1995), Educação para a Gestão Ambiental (QUINTAS; GUALDA, 1995), Educação para a Cidadania (JACOBI, 1997), Ecopedagogia (GADOTTI, 2001) e Alfabetização Ecológica (CAPRA, 2006). Layrargues (1998, p. 8-9) defende que essas nomenclaturas deveriam se constituir:

[...] no esforço para definir a especificidade do momento histórico o qual a sociedade travesa. E não poderia ser diferente: Ecopedagogia, Educação para a Cidadania ou para a Gestão Ambiental são o reflexo da tendência política de democratização da sociedade brasileira e o fruto do debate autoritarismo *versus* democracia no controle ambiental. Nossa cultura sempre

valorizou a evolução, e aí, vale até mesmo cunhar novos termos para demonstrar a contemporaneidade da sintonia com as mudanças de um mundo perpetuamente instável.

Neste mesmo trajeto, Pedrini (2006) aponta que a Educação Ambiental deveria também ser para as Sociedades Sustentáveis por:

[...] construir uma ética ambiental que assegure uma educação sistematizada, vinculada ao contexto cultural da comunidade, considerando, pelo menos, os aspectos políticos econômicos, socioculturais, científicos, tecnológicos e éticos (PEDRINI, 2006, p. 8).

Sob esta lógica, apostamos que a Educação Socioambiental deveria se apresentar como uma solução de quesitos concretos que fundamentem a elaboração de processos que desconstruam ideias e mitos que negam conhecimentos, posturas e atitudes ambientais. Isto porque a sensibilização ambiental deveria ganhar força na sociedade civil e empresarial.

Defendemos esta proposição porque, atualmente, as opções tecnológicas estão controlando a sociedade e mitigando a liberdade de escolha ao critério da eficiência econômica. Neste sentido, deveria extrapolar a esfera comportamental e englobar a cidadania, relacionando meio natural ao meio social.

Além da diversidade de atores sociais envolvidos em conflitos socioambientais, os autores reconhecem também a assimetria dos poderes político e econômico presente no cerne da sociedade. Nem sempre o grupo dominante leva em consideração os interesses de terceiros em suas decisões. Dessa forma, uma decisão pode definir a distribuição dos ganhos e perdas; o que é benéfico para uns

pode ser prejudicial ou mesmo fatal para outros (LAYARGUES, 1998, p. 4).

Na prática, isso significa que a Educação para a Gestão Ambiental não corresponde a um corpo teórico diferente da Educação Ambiental, pois a substituição da Educação Ambiental pela Educação para a Gestão Ambiental, segundo Layrargues (1998, p. 9), seria “um retrocesso. Para a prática da educação voltada para o exercício da cidadania não é necessário que se altere o nome de uma prática consagrada, já que ela contempla teoricamente essa dimensão”.

Por consequência, apoiamos a ideia de Santos (2020) de que a Educação Socioambiental pode favorecer meios para a compreensão das múltiplas dimensões do mundo, associando a comunicação, a tecnologia e as transações econômicas com a Educação, os direitos humanos, o Ambiente e a compreensão internacional. Mais ainda, que ela tenderia a se apropriar do desafio de como modificar o saber cultural imposto em um mundo globalizado, seja no **chão da fábrica** ou no ambiente digital.

Desta forma, a análise de um modelo de sensibilização torna-se imprescindível. Mediante o estudo do *site*, procura-se **explorar os mecanismos de interação e de comunicação** como as aprendizagens ambientais em mídias digitais, evidenciando pontos que poderiam ser destacados nas práticas ambientais cotidianas das empresas, assunto este que desenvolveremos no próximo capítulo.

IV

**GERAÇÃO DE
RESPOSTAS
PROPOSITADAS**

Quando um assunto sobre Educação Socioambiental é oferecido por um *site*, ele se torna um texto-notícia. Por conseguinte, podemos acreditar que ele pode se transformar em uma excelente fonte de análise e, quando focamos na mídia digital, este **texto-notícia** torna-se forma narrativa ou descritiva de fatos literalmente, visto que se apresenta como finalidade veicular informação de forma original e, em raras vezes, com intenções tendenciosas.

Mais ainda, notamos que o texto-notícia tende a apresentar linguagem clara, objetiva e nas normas da língua-padrão adotada na mídia escolhida. Esta variedade linguística induz ao **exercício da leitura pessoal do usuário-leitor**, envolvendo ações diversas muito mais que somente a decodificação da escrita. Com isso, o texto-notícia propicia a elaboração de uma conclusão pessoal, partindo do princípio de que articule ou produza um sentido construtivo, sugerindo uma releitura das informações apresentadas.

Ele se manifesta por meio da composição de título, subtítulo, *lead* e estrutura. Cada uma dessas partes tem a função de induzir a curiosidade do usuário-leitor, baseadas em **conhecimentos informais** (senso comum), e de complementar a informação dos fatos exibidos, contaminados pelos hábitos e costumes notórios. Mas o desejável é que ele (texto-notícia) se ancore em conhecimentos e que promova a aproximação entre quem divulga e quem lê ou pratica.

Do mesmo modo, que promova a **Conscientização coletiva ambiental**, facilitando a popularização dos conhecimentos científicos e aproximando a ciência da sociedade. Logo, a leitura crítica incentivada aposta que:

Aprender será, em consequência, a capacidade de recriar novas realidades das múltiplas possíveis

que a busca pelo equilíbrio dinâmico dos seres leva consigo e, conseqüentemente, significam o desenvolvimento das próprias capacidades como potencial para a plena sustentabilidade do eu ao nível pessoal e social; [bem como, estimula uma mudança profunda de] valores, relações e significações, impulsionando ao desenvolvimento de atitudes básicas de abertura, interação solidária, subjetividade coletiva, equilíbrio harmônico e desenvolvimento de formas de sensibilidade, efetividade e espiritualidade (GUTIÉRREZ; PRADO, 2013, p. 16).

Ao construir relações e significações, é necessário ter em mente que:

O mundo não está feito de antemão. A cotidianidade é esse espaço onde tudo é possível, porque ao construir a realidade, construímos a nós mesmo, dependendo tanto da realidade como da configuração que a cada instante devemos dar ao nosso devir vital (GUTIÉRREZ; PRADO, 2013, p. 20).

Produzido por meio do usuário-leitor, o conhecimento gerará outras formas de conhecimento e influirá na cognição social (MEDITSCH, 1992). A produção do conhecimento, ou a ausência dele, indica a possibilidade de apresentar várias ideias em um mesmo lugar, compreendendo-as apenas como convergentes ou divergentes em suas concepções.

ECODIGITAL E SUAS APLICAÇÕES

Como a ideia de distanciamento “objetiva provocar o espanto e opor-se ao pensamento hegemônico”, proposta por Brecht (1978, p. 19), concordamos e nos apropriamos da sua

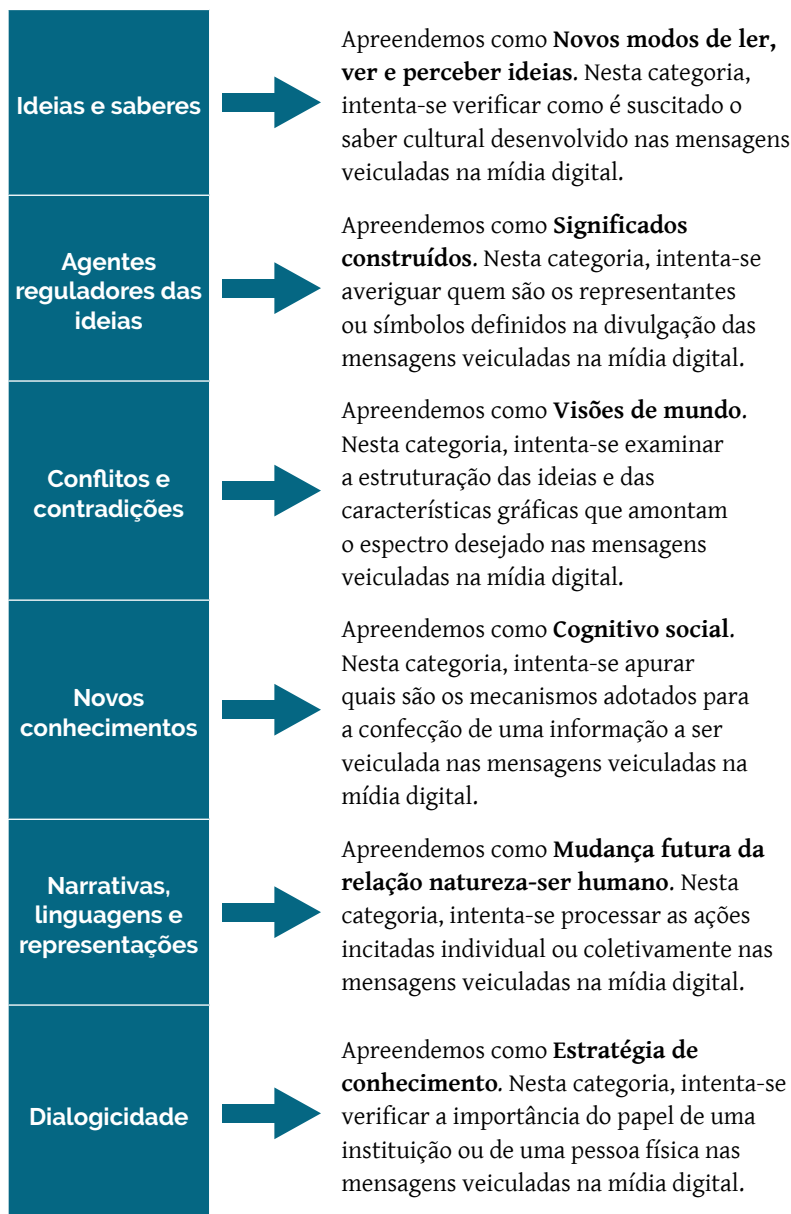
hipótese de que não é a curiosidade espontânea que promove a distância epistemológica (Conhecimento de), mas sim o afastamento ou a aversão ao rigor metodológico (Conhecimento acerca de), visto que a informação não pode ser dissociada da construção social do real.

Neste sentido, o conceito de “Conhecimento de” pode ser entendido como “um conhecimento senso comum (informal), visto que é um conhecimento intuitivo fruto de acomodações e adaptações incorporadas por hábitos e costumes e não resultante de um método” (ALVES; LINDINO, LINDINO, 2019, p. 18). Já o conceito de “Conhecimento acerca de” apresenta “um distanciamento do sujeito ao objeto, podendo ser considerado como um conhecimento científico (formal)” (Ibidem).

A relação com a ideia de verdade transita na utilização de ambos em vista de que, tanto emissor como usuário-leitor, compreendam as fronteiras propostas na mídia digital e as existentes na sociedade em geral. Como bem afirmou Leff (2009, p. 19):

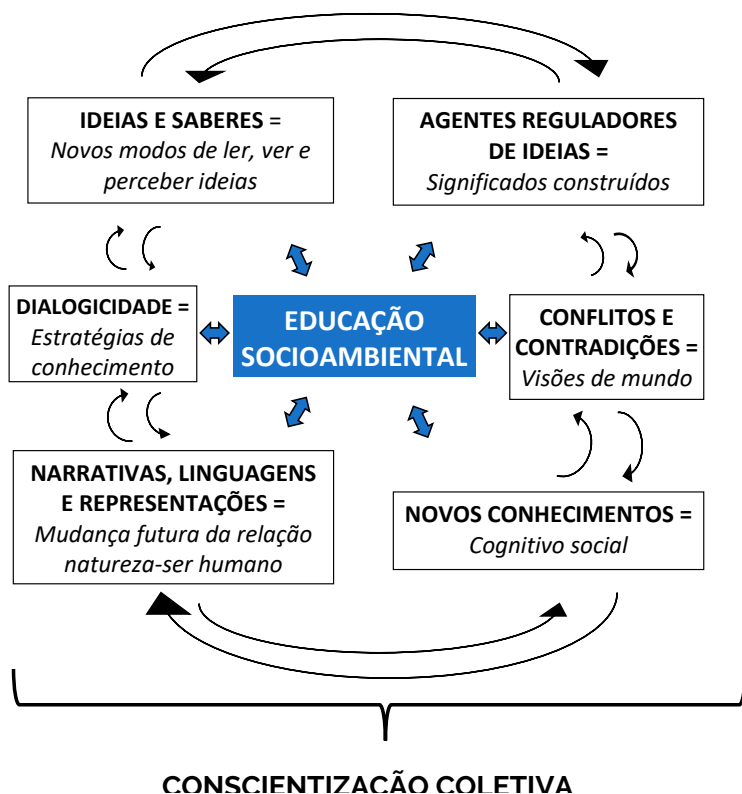
[...] [como o] saber social emerge de um diálogo de saberes, do encontro de seres diferenciados pela diversidade cultural, orientando o conhecimento para a formação de uma sustentabilidade partilhada, ao mesmo tempo, ele implica a apropriação de conhecimentos e saberes dentro de distintas racionalidades culturais e identidades étnicas.

Assim, propomos o Ecossistema Comunicativo Digital (ECODIGITAL) com base nas seguintes alterações. O que Alves, Lindino e Lindino (2019) chamaram de:



Para melhor visualização do modelo proposto, na figura 4 apresentamos a forma de relação que entendemos ser necessária entre as categorias elucidadas.

FIGURA 4. Categorias do Ecosistema Comunicativo Digital - ECODIGITAL



Fonte: Adaptado de Alves, Lindino e Lindino (2019).

O ECODIGITAL proposto visa, desse modo, compreender a combinação entre os saberes culturais, a identificação de seus atores e os conflitos e contradições de suas ideias que poderão legitimar ou deslegitimar o contexto apresentado nas mensagens

veiculadas na mídia digital, analisando os significados contidos nestes conhecimentos.

Espantar-se! Quando lança esta condição, Brecht (1978) sugere que ocorre atualmente na mídia de modo geral ora o distanciamento do usuário-leitor com o emissor (**estranhamento negativo**), ora a percepção das intenções diferenciadas do emissor para o usuário-leitor (**estranhamento positivo**).

Neste sentido, no caso ambiental, denominamos **Conscientização coletiva** a união de todas as categorias elencadas no modelo ECODIGITAL que será bem-sucedida se valer-se essencialmente do diálogo de saberes pré-existentes entre o usuário-leitor e o emissor, balizado e “construído a partir dos potenciais da natureza e dos sentidos da cultura” (LEFF, 2009, p. 19). Por exemplo, ao se opor ao pensamento hegemônico para obter a Conscientização coletiva pela Gestão Ambiental digital, às empresas sugere-se a promoção de ações, hábitos e divulgação de textos-notícia que provoquem mais pontos de estranhamento positivo em seu usuário-leitor.

Para isso, a seguir, apresentaremos a plataforma *Community-Wealth.org*, que reúne informações sobre ampla gama de atividades voltadas para o contexto empresarial.

COMMUNITY-WEALTH.ORG: PRINCIPAIS CARACTERÍSTICAS

A plataforma *Community-Wealth.org*, pela primeira vez, reúne informações sobre ampla gama de atividades de construção de riqueza da comunidade (figura 5). Essa estrutura é adotada para a base das ideias e políticas necessárias para criar ou reorientar a economia para a reconstrução evolucionária.

FIGURA 5. Plataforma *Community-Wealth.org*

Fonte: Retirado de <https://democracycollaborative.org/publications> (2021).

A plataforma defende que construir uma economia econômica democrática significa ter coragem de centrar coletivamente e confrontar os efeitos do racismo histórico e contínuo no sistema atual e se compromete a garantir que aqueles mais afetados pelo racismo, fome ou qualquer outro flagelo social tenham os recursos de que precisam para jogar um papel de liderança. Ela é um subprojeto que integra o *site The Democracy Collaborative* e traz em seu conteúdo algumas ideias de vanguarda.

Também, a plataforma vem promovendo intervenções ousadas em políticas transformadoras que movem uma janela de possibilidade decisivamente para uma mudança sistêmica. Assim, cabe reforçar que as análises realizadas pela plataforma selecionada estão alicerçadas na economia política, elaborada com base na necessidade de uma alternativa sistêmica. Portanto, ela trabalha para levantar e divulgar inovações ousadas e centralizá-las como novas normas.

Enfatiza, ainda, questões de propriedade, controle e finanças, mostrando como as abordagens da economia democrática

emergentes à propriedade e ao financiamento podem promover uma conexão energética justa e a transição para uma economia democrática e, por fim, escreve sobre como a economia política trabalha para evitar ações ambientais que impulsionem a crise climática, por meio do poder corporativo, do crescimento irrisório e da extração ilimitada de recursos financeiros.

Para colocar estes objetivos em prática, a plataforma *Community-Wealth.org* desenvolve quatro áreas específicas de trabalho:

- a. Programas e pesquisas para ajudar comunidades que lutam para assumir suas concessionárias de energia como estratégia de descarbonização;
- b. Corpo crescente de aconselhamento sobre as interseções entre a resiliência climática e a construção de riqueza da comunidade;
- c. Plano para acabar com a extração de combustíveis fósseis e;
- d. Projetos para financiamento não-extrativo que poderiam energizar a ação climática.

A plataforma propõe a construção de riqueza comunitária como uma abordagem de mudança de sistema para o desenvolvimento econômico da comunidade. Trabalha para produzir prosperidade econômica compartilhada, igualdade racial e sustentabilidade ecológica, por meio da reconfiguração de instituições e economias locais, com base em maior propriedade democrática, participação e controle.

Da crise climática ao aumento da desigualdade, a plataforma *Community-Wealth.org* sugere que o projeto estrutural e a propriedade de uma empresa deveriam mudar. Igualmente,

indica a necessidade de se criar um conceito totalmente novo de empresa (justa e democrática), projetada para servir ao bem-estar amplo e ao bem público.

Neste caso, não só a plataforma, mas também o *site*, defendem que uma empresa justa e democrática tende ser o único tipo de empresa que deveria existir, pois “é hora de tornar obsoleta a corporação controlada por acionistas” (THE DEMOCRACY COLLABORATIVE, 2021). O *site* defende, de tal modo, que é a hora de avançar com novas invenções e enfrentar o desafio maior de redesenhar grandes corporações para o bem público.

Para isso, a plataforma traz várias publicações, disponibilizadas no *site* (incluindo relatórios e livros que detalham a construção de uma economia mais democrática). Dessa forma, cabe ressaltar que os textos-notícia são divulgados nos **links êxitos de notícias e comunicados de imprensa**.

Eles incentivam a discussão do conceito de modernidade pesada, muito bem representada pelas ideias de Henry Ford. Neste sentido, conforme afirma Bauman (2008a, p. 33):

A “modernidade pesada” era o tempo do compromisso entre capital e trabalho, fortificado pela mutualidade de sua dependência. [...] A fábrica era a residência comum deles – o campo de batalha para a guerra de trincheiras e o lar natural de esperanças e sonhos.

Esta discussão se amplia, pois, com a pós-modernidade, as ideias de capital, de trabalho e de fábrica se expandem com o evento da globalização e da internet. Assim, nesta nova realidade, com base nos estudos de Bauman (2008b, p. 180), “A ansiedade e a audácia, o medo e a coragem, o desespero e a esperança nasceram juntos”. Mas a proporção em que estão misturados depende dos recursos que possuímos.

Tendo isso em vista, a seguir apresentaremos o uso do modelo ECODIGITAL proposto por meio da estrutura textual adotada na plataforma *Community-Wealth.org*.

USO DO ECODIGITAL PARA A ANÁLISE DA PLATAFORMA *COMMUNITY-WEALTH.ORG*

Do início do século XXI aos dias atuais, a era do *self* trouxe consigo uma nova perspectiva sobre a relação educação-Internet. O **fazer-se visível a todos** sugeriu a possibilidade de ignorância induzida por engano, que provoca novos tipos de condutas, interesses e linguagem.

O debate sobre como a mídia digital se encaixa neste contexto nos mostra que esta situação estabelece um estado psicológico e físico ao emissor e ao usuário que dociliza e introjeta mais comportamentos que uma identidade cultural digital própria. Neste caso, a polarização preconceituosa sobre tais comportamentos acena para o distanciamento dos envolvidos.

Mais ainda, “Ao lado da produção de um conjunto de bens ou serviços, ‘produz-se’, também, uma ‘totalidade social’, constituída por hábitos, costumes, instituições, etc., que ajudam a pôr em movimento a própria vida” (GARCÍA, 1987, p.14). Com base nesta perspectiva, escolhemos a plataforma *Community-Wealth.org* indicada para esta discussão, pois, ao se autointitular promotor de “intervenções ousadas em políticas transformadoras que movem a janela de possibilidade decisivamente para a mudança sistêmica” (*THE DEMOCRACY COLLABORATIVE*, 2021),

ela apresenta seis alianças que redimensionam o conceito de aprender quando tratamos de riqueza social¹:

APRENDER

1. *Alinhando finanças com pessoas e planeta.*
2. *Centrando a comunidade e o lugar, exigindo igualdade racial.*
3. *Expandindo a propriedade democrática.*
4. *Lutando por uma nova visão sistêmica.*
5. *Mobilizando instituições âncoras redesenhando a empresa.*
6. *Fazendo a transição para a sustentabilidade ecológica.*

Cada aliança sugere um olhar criterioso sobre como lidamos com a pós-modernidade e, em especial, como estamos nos apropriando do ambiente virtual e suas interferências (positivas ou negativas) em nosso cotidiano. Logo, cabe ressaltar que, anos atrás, García (1987, p. 18) já nos alertava que “com o advento das sociedades de massas, a riqueza social estaria associada, predominantemente, à produção de valores simbólicos, verdadeiros ou falsos”.

Mais ainda, o autor defende que essa perspectiva vai além da manutenção ou reprodução da riqueza mercantil. Segundo García (1987, p.18):

Trata-se de internalizar a sua própria lógica (ou falta de), através da incorporação dos seus próprios símbolos. Trata-se de produzir a própria demanda; produzir os consumidores. Trata-se de as pessoas, elas próprias, virarem mercadorias.

¹ “A riqueza social estava associada, predominantemente, à produção de valores de uso. Mais tarde, essa troca passou a assegurar a manutenção de um conjunto de elementos materiais e simbólicos ligados aos mecanismos de mercado. Esta troca precisava, agora, “sustentar” um conjunto de pessoas, instalações, equipamentos, serviços, processos e ideias, ligados aos mecanismos de mercado. A riqueza social, nessas circunstâncias, estava associada, predominantemente, à produção de valores de troca” (GARCÍA, 1987, p.18).

Sendo assim, ao tratar a proposição ‘Alinhando finanças com pessoas e planeta’, o *site* procura apregoar textos-notícia sobre boa cidadania empresarial inclui regulações aplicáveis, conduta corporativa, comportamento responsável, entre outras.

De diversas formas e meios, esses textos vêm sugerindo que há a necessidade não só da verificação, mas, essencialmente, da execução de ações socialmente responsável e ambientalmente sustentável, de modo que tanto as pessoas físicas quanto as jurídicas passem a adotar medidas que visem o benefício da sociedade e do meio ambiente conjuntamente. A proposta do *site* é discutir a visão de capital e ser humano, sem deixar de lado o ambiente que ambos coabitam.

No que se refere ao demarcar informações sobre a ideia ‘Centrando a comunidade e o lugar, exigindo igualdade racial’, a plataforma *Community-Wealth.org* intenta divulgar textos-notícia sobre a capacidade de oferecer assistência técnica às cidades e autoridades locais, que buscam estratégias de construção de riqueza comunitária.

O *site* investe neste momento em ideias que aperfeiçoem a relação interna e externa do que chamamos de território ou territorialidade. Cabe aqui lembrar que **território** é uma construção conceitual com base na noção de espaço e **territorialidade** é a conduta característica adotada por algo ou alguém ao tomar posse de um território e defendê-lo contra os membros de sua própria espécie (RAFFESTIN,1993).

Neste sentido, os textos apresentados nesta aliança visam somar esforços, articular ações e encontrar elos comuns, respeitando as especificidades de cada área temática para obter resultados reais para a efetivação de políticas sociais.

Adicionalmente, a plataforma menciona informações sobre a ideia ‘Expandindo a propriedade democrática’, sugerindo textos-notícia que mostram uma nova era de poder público, de modo a desempenhar um papel central no cumprimento das metas de sustentabilidade e equidade do estado. Visto que, conforme Bauman (2017a, p. 95):

Numa sociedade em que ‘o outro’ (qualquer outro) é uma ameaça clara ou desmascarada. Ou então uma ameaça ainda não revelada (e por essa razão ainda mais repulsiva e assustadora), a solidariedade (em especial uma solidariedade empenhada de tipo juramentada ou pactuada) é percebida como armadilha traiçoeira para os ingênuos, crédulos, tolos e levianos.

Nesta mesma pegada, traz a discussão sobre agenda para estender a propriedade pública democrática e reunir comunidades no extremo das mudanças ambientais e industriais, para desenvolver soluções coletivas para os problemas ambientais existentes, pois, “não foi somente o “capital social” que se tornou vítima da ação dos ativos em rápido envelhecimento e obsoletos” (BAUMAN, 2017a, p. 95-96).

Assim, ao delimitar informações sobre a ideia ‘Lutando por uma nova visão sistêmica’, o site busca anunciar textos-notícia sobre crises sociais e econômicas enfrentadas nas últimas décadas. Neste sentido, apresenta pesquisas e pensamentos estratégicos sobre “caminhos que apontam para um ‘próximo sistema’ radicalmente diferente em aspectos fundamentais dos sistemas fracassados do passado e presente” (THE DEMOCRACY COLLABORATIVE, 2021).

Procura, essencialmente, discutir a ação que a sociedade individualizada e privatizada desenvolve, no que se refere a “ceder as tarefas da Política com ‘P’ maiúsculo à ‘política da

vida’ individualmente planejada, administrada e monitorada” (BAUMAN, 2017a, p. 96).

A plataforma *Community-Wealth.org* defende que “Recuperação é o ponto-chave e de partida para um novo nascimento de comunidade, com uma economia centrada no bem-estar coletivo das pessoas e do planeta” (THE DEMOCRACY COLLABORATIVE, 2021). Esta afirmação se ancora, conforme aponta Bauman (2017a, p. 96), na constatação de que uma sociedade individualizada sugere muito mais:

[...] a competição pelos benefícios universalmente desejados, e ainda por cima em falta, [e] só pode ser sentida como um jogo de soma zero. O sucesso de todos é percebido como minha derrota e parece diminuir minhas chances já magras de “subir na vida”.

Desta forma, ao apreender as necessidades atuais, Bauman defende a seguinte ideia: “Fica-se então tentado a abandonar a ideia de percepção de ‘privação relativa’ em favor da percepção de sua forma universal” (2017a, p. 96). Já ao balizar informações sobre a ideia ‘Mobilizando instituições âncoras redesenhando a empresa’, o *site* propõe propalar textos-notícia sobre o impacto da desconfiança na equidade em saúde, intervenções para aumentar a confiabilidade dos serviços de saúde, estimular a colaboração no setor de saúde pública e lidar com o racismo sistêmico dentro de suas respectivas comunidades.

Por fim, ao adicionar informações sobre a ideia da ‘Transição para a sustentabilidade ecológica’, a plataforma oportuniza que os textos-notícia expandam a propriedade pública para acelerar a implantação das energias renováveis, o cumprimento das metas de sustentabilidade e equidade do estado, os pontos de inflexão climáticos como reforço para

reunir as comunidades no extremo das mudanças ambientais e industriais e os limites ecológicos e ações em troca de ajuda, fazendo pleno uso dos poderes que o governo poderia oferecer.

Com a somatória de todas essas ideias, pode-se afirmar que a plataforma *Community-Wealth.org* promove **Novos modos de ler, ver e perceber ideias**, porque, por meio dessas circunstâncias, preconiza-se a inserção de novas ideias e saberes na *web*, com fóruns de discussão por ativistas de mudança social.

Desta forma, o *site* promove novo espectro ao verbo apreender, visto que aposta na articulação de saberes comuns e científicos, apesar da razão e do amor “quase sempre gritar um com o outro” (BAUMAN, 2008b, p.205). O autor vai além ao apontar que:

A razão é melhor conservadora do que o amor, o que faz com que o amor ache muito difícil, quase impossível, redimir-se ao discurso. Os duelos verbais terminam sempre com a razão triunfante e o amor ferido: a discussão não é o forte do amor (BAUMAN, 2008b, p.205).

Isso indica que a conversa entre o saber comum e o científico não deve se pautar no amor e na razão, mas sim na combinação dos dois e na promoção do diálogo. Afiançado pelas palavras do Papa Francisco em 2016, quando recebeu o Prêmio Europeu Carlos Magno:

O diálogo, com tudo o que ele implica, nos lembra que ninguém pode permanecer como mero espectador ou curioso. Todos, dos menores aos maiores, têm um papel ativo a desempenhar na criação de uma sociedade integrada e reconciliada. Essa cultura de diálogo só pode acontecer se todos nós tornarmos parte no seu planejamento e na sua construção. A presente situação não

permite que ninguém fique parado, observando o esforço de outras pessoas que lutam. Ao contrário, é imperativo convocar a responsabilidade pessoal e social (*apud* BAUMAN, 2017a, p.153-154).

Na mesma direção, a plataforma *Community-Wealth.org* traz como **Significados construídos** a intenção de promover o envolvimento de instituições públicas, privadas e a sociedade de forma geral “em atividades de construção de campo destinadas a expandir o movimento de riqueza da comunidade e construir a infraestrutura nacional necessária [...] para o fortalecimento de política estadual e local” (THE DEMOCRACY COLLABORATIVE, 2021).

Cabe ressaltar que, conforme aponta Alves (2001, p. 2-3):

[...] o crescimento e a diversificação das grandes empresas nos principais países industrializados revelam que o papel da empresa na sociedade não se restringe meramente à produção de bens ou à prestação de serviços em condições eficientes, assim como não se limita à maximização do lucro para os acionistas, porém consiste, antes, na geração de riqueza em um sentido mais amplo. Essa riqueza traduz-se, entre outros, em termos de conhecimento, tecnologia, empregos, infraestrutura energética e de comunicações.

A plataforma defende a ideia de que cada vez mais precisamos democratizar as riquezas nacionais, sejam elas de ordem econômica, recursos naturais e humanitárias, pois,

Ao colaborar com o desenvolvimento, a empresa pode até contribuir para a estabilidade de um país ou de uma região, com implicações políticas e estratégicas. O papel da empresa como principal geradora de riqueza suscita, portanto, a questão de saber se a empresa tem uma função social e

se, nesse caso, é possível ou desejável estabelecer que tenha determinadas obrigações com a sociedade, além da geração de riqueza material (ALVES, 2001, p. 3).

Deste modo, o *site* suscita a necessidade de se conhecer o contexto formal e os agentes reguladores de ideias, de modo que as atividades propostas possam “incluir serviços de consultoria para governos municipais, fundações comunitárias e instituições-âncora” (THE DEMOCRACY COLLABORATIVE, 2021).

Busca ainda ressignificar a riqueza da comunidade, sem deixar de lado a estrutura da comunidade (fatores bióticos e abióticos, interações entre as espécies, distúrbios ou eventos aleatórios), visto que não apenas “As economias externas criadas pelas grandes empresas [...] contribuem para o desenvolvimento sustentável” (ALVES, 2001, p. 3), mas de todo o conjunto societal. Isso nos leva a crer que esse entrosamento motiva a ampliação do **Cognitivo social**.

Conforme defende a plataforma *Community-Wealth.org*, “profissionais, formuladores de políticas, acadêmicos e a mídia precisam de informações e ferramentas sólidas que possam ajudá-los a compreender e apoiar a expansão de instituições de construção de riqueza comunitária” (THE DEMOCRACY COLLABORATIVE, 2021). Neste sentido, a plataforma favorece um enquadramento que propõe a implantação de novos conhecimentos, uma vez que fornece “ajuda às comunidades e à nação ao estabelecer as bases para uma economia democrática construída sobre liberdade, comunidade e prosperidade para todos” (THE DEMOCRACY COLLABORATIVE, 2021).

Ela aponta que a estruturação das ideias e das características gráficas que amontam o espectro desejado perpassa pela análise de que o “desenvolvimento econômico tradicional desperdiça bilhões [...] do dinheiro do contribuinte para subsidiar o

lucro das corporações sem lealdade às comunidades que pagam a conta” (COMMUNITY-WEALTH.ORG, 2021). Logo, a plataforma defende que “há uma alternativa: construção de riqueza comunitária, que se concentra na construção de economias colaborativas, inclusivas e controladas localmente” (Ibidem).

Cabe ressaltar aqui que a mídia digital não foi a responsável por essa situação, mas agravou com a veiculação de informações generalizadas e sem o foco necessário para sua real apreensão. Se este cuidado for tomado, caminharemos para a efetiva implantação de uma renovação democrática e o aumento da participação coletiva na construção de uma conjuntura que possa aventar “uma democracia real para o século 21, o que significa desenvolver novas estratégias que abordem as raízes da desigualdade econômica corrosiva e generalizada” (ALPEROVITZ; HOWARD, 2021).

Por conseguinte, a plataforma Community-Wealth.org sugere que teremos novas **Visões de mundo** quando implantarmos “essas estratégias em escala para que possamos reconstruir nossas comunidades e economias locais ao longo de linhas mais justas, equitativas e sustentáveis” (THE DEMOCRACY COLLABORATIVE, 2021). Isto porque:

A guerra declarada ao mal-estar humano em todas as suas variedades é travada nas três frentes. Enquanto nos dias primeiras [*supremacia da natureza e a fragilidade do nosso corpo*] já foram obtidas numerosas vitórias que desarmaram e deixaram fora de combate cada vez mais forças inimigas, é na terceira linha de batalha [*relações humanas*] que o destino da guerra está empatado, e o fim das hostilidades se mostra improvável (BAUMAN, 2017b, p. 16, grifos nossos).

Nesse interim, precisa-se compreender o que nos aflige, para que “Os impulsos instintivos dos seres humanos colidam indefectivelmente com as exigências da civilização, emprenhada em combater e vencer as causas do sofrimento humano” (BAUMAN, 2017b, p. 16). O autor defende ainda que “A interface entre a busca da felicidade individual e as condições não usurpáveis da vida em comum será sempre um cenário de conflito” (Ibidem), visto que, se não houver mudanças em nossas comunidades e economias locais, teremos colapsos maiores, tanto no contexto natural quanto no societal.

Mais ainda, se não for consenso que precisamos compreender as causas dos sofrimentos humano-natureza, muitas vezes, a sociedade de forma geral se tornará alvo frágil para o capitalismo vigente. Conforme afirmou Sigmund Freud, anos atrás, “a civilização é um negócio: para conseguir algo dela, os seres humanos têm que renunciar a outra coisa” (BAUMAN, 2017b, p. 16).

Nesta entoada, com base nessas novas visões de mundo, a plataforma procura debater os principais assuntos e pontos nefrálgicos existente na sociedade instaurada no século XXI e indica que a **Mudança futura da relação natureza-ser humano** está no debate sobre o silêncio das comunidades civis e empresariais por todo o globo terrestre, no que tange ao meio ambiente. Mas quais são os medos do nosso tempo? Ou, ainda, o que baseia o medo de mudança hoje em dia?

Bauman (2017) aponta que o medo tem um porquê e um para quê, pois, essencialmente:

Viver em condições de incerteza prolongada ou aparentemente incurável acarreta duas sensações do mesmo modo humilhante: a de ignorância (não saber o que se enfrentará no futuro) e a de

impotência (ser incapaz de influir no próprio rumo). E não há dúvida de que ambas são aviltantes: em nossa sociedade sumamente individualizada, na qual se presume (contra a evidência dos fatos, por assim dizer) que cada indivíduo deve arcar com a responsabilidade total sobre o destino na vida, essas sensações dão a entender a incompetência do interessado para abordar as tarefas que outras pessoas, aparentemente mais exitosas, parecem levar a cabo graças à maior destreza e ao melhor empenho (p. 18-19).

Segundo o autor, estas sensações são particularmente vinculantes e redirecionam o comportamento humano no que se refere a sua percepção de mundo ou em relação às expectativas que guiam suas escolhas. Dessa forma, acreditamos que a plataforma *Community-Wealth.org* encoraja a colaboração produtiva e articula um quadro de ideias e exemplos que preconizam a inserção de novas narrativas, linguagens e representações, inspiradas na profundidade e amplitude das atividades proporcionadas e, com isso, procura validar qual é a importância do papel de uma instituição ou de uma pessoa física neste contexto.

Ainda nesta caminhada, a **Estratégia de conhecimento** utilizada pela plataforma promoveu o desenvolvimento de análises importantes sobre o papel que as instituições-âncora podem desempenhar na ajuda às comunidades de baixa renda, podendo com isso propiciar um cenário que sugere a implantação de uma nova dialogicidade. Isto porque ela procura escrever e divulgar importantes relatórios sobre o estado do campo no desenvolvimento comunitário e recomendações de melhores práticas ambientais para instituições públicas, privadas e para a sociedade civil em geral.

Sob esta configuração, a plataforma *Community-Wealth.org* promove visões, modelos e caminhos que apontam para um

próximo sistema, radicalmente diferente em aspectos fundamentais dos sistemas fracassados do passado e do presente, sendo capaz de fornecer resultados sociais, econômicos e ecológicos superiores. Desta forma, a plataforma apresenta ideias e ações ousadas para enfrentar os desafios sistêmicos que os países enfrentam agora e nas próximas décadas.

Igualmente, suscita a necessidade de se trabalhar com um amplo grupo de pesquisadores, teóricos e ativistas para usar a melhor pesquisa, ampliando a compreensão do pensamento estratégico e a experiência prática de organização e desenvolvimento. Além disso, a plataforma *Community-Wealth.org* defende que como problemas sistêmicos requerem soluções sistêmicas e, sob esta condição, sugere que seu trabalho em diferentes escalas e em diversos setores, recomenda que “o Next System Project funcione como um laboratório de pesquisa e desenvolvimento de alternativas político-econômicas” (THE DEMOCRACY COLLABORATIVE, 2021).

Para torná-lo real, a plataforma assinala que para abordar as questões sistematicamente deve-se “mover nossa degradada conversa política além dos limites atuais e catalisar um debate substantivo sobre o próximo sistema e como podemos proceder para sua construção” (THE DEMOCRACY COLLABORATIVE, 2021). Mas o que significa mudar o sistema?

O site The Democracy Collaborative (2021) responde que:

Quando falamos sobre “mudar o sistema”, queremos dizer ir além do trabalho em todos os problemas individuais urgentes para também enfrentar o enigma maior de descobrir como todas as nossas estruturas institucionais e os padrões profundos de auto reforço em nosso sistema político e econômico trabalham juntos para produzi-los e, em seguida, descobrir como

podemos começar a alterar esses impulsionadores sistêmicos subjacentes. Fazer isso estrategicamente requer não apenas uma noção do que está errado, mas um esboço do que queremos (THE DEMOCRACY COLLABORATIVE, 2021).

Assim, a plataforma *Community-Wealth.org* fornece às empresas mecanismos de divulgação que promovam o bem-estar coletivo e a desmitificação do binômio direito-dever como única saída. Ela apresenta ainda um “conjunto de novas instituições que [...] delinea [por exemplo, a construção de uma nova direção para a Gestão Ambiental empresarial, por meio de] uma nova dinâmica [que pode utilizar a **Educação Socioambiental** para dar ênfase] à cooperação sobre a competição e o planejamento sobre o crescimento descontrolado” (THE DEMOCRACY COLLABORATIVE, 2021).

Cada vez mais, os discursos ambientais proferidos em contexto digital devem ser analisados com cuidado, pois a responsabilidade digital ainda não está clara nem jurídica, sócio e educacionalmente falando. A adoção de discursos e narrativas que induzam a escolha única forma população passiva e insegura quanto às ideias recebidas.

De fato, parece-nos que a certeza está sendo a primeira opção em qualquer situação ambiental que se apresenta na sociedade. Entretanto, “Na falta disso, a opção alternativa é sempre as ‘assembleias de cidadãos’ constantemente alardeadas pela Rebelião da Extinção em nome da resistência à ‘politização’ do ambientalismo” (DEMOCRACY COLLABORATIVE, 2021). Esse contexto sugere o controle das informações e isso provocará conhecimentos futuros em uma sociedade desinformada ou até mesmo alienada da realidade posta. Sendo assim,

A Common Wealth defendeu a criação de uma comissão do *New Deal Verde* que poderia reunir “comunidades no extremo das mudanças ambientais e industriais, bem como sindicatos, empresas, especialistas em tecnologia e cientistas” para desenvolver soluções coletivas para o problema do clima demolir. [...] *The Democracy Collaborative* defendeu a criação de uma ‘democracia energética’ por meio de políticas como a implantação de uma administração de propriedade da comunidade (DEMOCRACY COLLABORATIVE, 2021).

O controle social é indicado como melhor meio de se efetivar a **Consciência coletiva**, por meio de valores e sentimentos comuns dos cidadãos de dada sociedade. Mas será que isso se torna eficiente para a Gestão Ambiental empresarial digital? Acreditamos que não.

Por isso, escolhemos a plataforma *Community-Wealth.org* como exemplo, pois o tipo de consciência tensionado nela procura estabelecer um estranhamento positivo das reivindicações sociais, da manutenção do planeta e da legitimação de uma nova identidade ambiental. Ela discute o papel do Capitalismo de Vigilância, desmontando a realidade do capitalismo econômico vigente, calcado na mercadoria de troca material (moeda) para a imaterial (fictícia).

Também, procura se engajar em projetos de pesquisa destinados a avaliar e fazer avançar a economia democrática em uma comunidade pluralista, visto que um sistema econômico alternativo construído “em torno de múltiplas escalas sobrepostas de propriedade comunitária, comum, cooperativa e pública, acessível a partir de nosso sistema atual por meio de um processo de ‘reconstrução evolucionária’ (THE DEMOCRACY COLLABORATIVE, 2021).

Por meio de uma proposta democrática e sustentável que preze pela preservação, conservação e manutenção da vida no planeta, a plataforma *Community-Wealth.org* defende a emergência ambiental que se instalou nos dias atuais. Ela propõe aos interessados que a identidade ambiental pode ser construída ou produzida, dependendo da forma como é realizada a sua inserção no mundo empresarial. Com isso, a plataforma discute que muitos dos mecanismos de vigilância pessoal escoram-se na vulnerabilidade coletiva, em especial sobre ideias que se remetem à liberdade, igualdade e fraternidade para todos.

Especificamente no aparato digital, como o capitalismo de vigilância tende a fortalecer o consumismo operante e sugere que sejamos mais sensibilizados às mais variadas temáticas, por exemplo, questões ambientais, a plataforma afirma que este mesmo aparato pode também aguçar a irresponsabilidade social, deixando o outro alheio à condição de cuidado, de preservação e de melhorias (Figura 6).

FIGURA 6. Relação Educação-Internet



Fonte: Elaborado pelas autoras (2021).

Se nos atentarmos ao primeiro caminho apontado na figura 6, muitas vezes, como o cancelamento é realizado em razão do volume de opiniões, que necessariamente não é fidedigno com a verdade e causa desinformação (individual) aos que a elas tiverem acesso (coletiva), esta situação se torna estratégia de conhecimento. Cancelar um indivíduo ou uma instituição se tornou a prática que mais caracteriza o comportamento digital, pois estes são excluídos do ambiente virtual, deixando de existir na vida coletiva ou, por exemplo, na área empresarial. Os significados construídos tendem a legitimar postagens, posicionamentos ou curtidas que possam despontar gostos, opiniões, lugares ou até mesmo intolerâncias.

Como intensamente bem afirmou Bauman (2000), muitos conceitos veiculados na modernidade líquida vêm recomendando novos olhares e outras fronteiras. Por exemplo, no contexto empresarial, a relação patrão-empregado ganhou nova roupagem, gerando novos modos de ler, ver e perceber ideias, pois, em razão da crescente incerteza causada pela desinformação, a confiança em algumas instituições foram colocadas em xeque.

Outro exemplo é o consumo de periódicos impressos que caiu, acelerando a mudança para a leitura de informações digitais. Com base neste cenário, as preocupações globais com a desinformação seguiram a mesma tendência. Neste sentido, o Relatório produzido pela *Reuters Institute Digital News Report* (NEWMAN *et al.*, 2020) mostrou que as fontes *online* registraram aumentos significativos.

O relatório apontou que esta preocupação se fundamenta nas fontes de desinformação chamadas de **Intelectuais Domésticos**, visto que menos de quatro em dez (38%) disseram que confiam na maioria das notícias, na maior parte do tempo – uma queda de quatro pontos percentuais em relação a 2019. E, ainda, menos da metade (46%) disse que confia nas notícias que eles próprios usam (NEWMAN *et al.*, 2020).

O Instituto assinalou ainda que 60% dos entrevistados preferem notícias que não têm um ponto de vista específico e somente 28% escolhem as notícias que compartilham ou que serão reforçadas com suas opiniões. Ele afirmou também que, à medida que a mídia de notícias se adapta às mudanças nos estilos de comunicação, 52% dos indivíduos preferem acreditar em declarações falsas e 29% procuram verificá-las.

Paradoxalmente, apesar de mundialmente os indivíduos não usarem plataformas para bloquear anúncios que podem conter afirmações imprecisas, já que se declararam capazes de

decidirem o que é verdade ou não, o relatório constatou que as empresas aumentaram expressivamente a veiculação de notícias *online* pagas. Isto porque o fator mais importante para quem as consome é a qualidade estrutural do conteúdo e, assim, esses usuários acreditam que estão obtendo informações melhores. Neste sentido, o relatório demonstrou que a maioria dos indivíduos entrevistados está satisfeita com os textos-notícia apresentados na mídia digital, especialmente se eles forem de acesso gratuito.

O relatório apontou ainda que os consumidores somente olham para grandes personas ou marcas nacionais, sugerindo a dinâmica: **o vencedor leva, a maioria persiste** (NEWMAN *et al.*, 2020). Agora, se atentarmos ao segundo caminho apontado na figura 6, parece-nos óbvio relatar que a informação precisa ter em sua essência a apresentação de fatos e argumentos. No entanto, esta obviedade está sendo colocada em dúvida por meio da descaracterização do conhecimento ou de dados comprovados por métodos científicos, gerando mais e mais desinformação.

A polarização das ideias, associada à desinformação ou à contradição entre as diferentes opiniões, prejudica o processo de validar ou deslegitimar um assunto abordado e, com isso, outro exemplo é a discussão sobre notícias falsas (*fake news*). A cibercultura tende a ampliar narrativas, expressões e mitos que têm o poder de constranger a percepção pessoal ou coletiva. Um bom estudo sobre esta discussão está na área ambiental (Figura 7).

FIGURA 7. *Fake news* ambiental na mídia digital

Fonte: Elaborado pelas autoras (2021).

Ao utilizar a cultura do cancelamento, a culpabilização individual faz com que o outro sempre se recuse a cooperar e tenda a estimular a resistência em compreender qual é o melhor caminho para a mudança de hábitos nocivos ou ações que promovam desperdícios. O produto ambiental perde força quando não desenvolve hábitos saudáveis e sim somente imagem de atuação (Figura 7).

Estar bem na foto somente infla e prolifera opiniões que, muitas vezes, podem fazer mal uso das ideias apresentadas. Neste caso, por exemplo, temos a *fake green* que fundamenta o mal uso do *marketing* verde adotado em Gestão Ambiental digital. Logo, para esta situação, acreditamos que esta deveria adotar a

premissa da responsabilidade socioambiental, calcada na ideia de provocar o espanto e opor-se ao pensamento hegemônico proposto por Brecht (1978). Desta forma, a construção de uma ideia deve passar pela verificação dos fatos e dados, acabando com tecnopolíticas de vigilância desnecessária. Neste sentido, a sua percepção pelas comunidades almejadas tende a equilibrar o convívio por meio dela, como indicado na figura 7. Mais ainda, alicerça a segurança que tanto a sociedade civil quanto as empresas desejam.

Se utilizada adequadamente, incentivada na mídia digital e desejada pela Gestão Ambiental Empresarial, a comunicação, associada com o discurso adotado na Educação Socioambiental, pode ser traduzida em estratégia de conhecimento que leva a novos modos de ler, ver e perceber, transformando-se em significados construídos e visões de mundo indispensáveis. Também, é possível verificar que a promoção por parte das empresas de contextos que privilegiam o cognitivo social e a mudança futura da relação natureza-ser humano fomenta a conscientização coletiva, caso se compreenda que para aprender e para ensinar é necessário aprender a ensinar. Neste contexto, nosso saber cultural ganha força e melhor simboliza o saber ambiental tão desejado pela Gestão Ambiental digital, conforme afirma Brandão (1985).

Contudo, se isso não ocorrer, nota-se que a mesma comunicação se molda e transfigura-se em *fake news* ambiental, sugerindo que os assuntos abordados motivem a ação de distanciamento social, na qual uma pessoa busca persuadir pessoas, promovendo um convencimento que se baseia na ideia de apropriação social e de ecoansiedade.

No caso da apropriação social, sugere-se que cada indivíduo se torne ao mesmo tempo presa e predador de sua situação. Desta forma:

[...] fica evidente que não é aceitável pensar-se em processos educativos ambientais ignorando a concretude dos agentes sociais envolvidos e os canais institucionais existentes junto ao Estado necessários para garantir democraticamente a sua universalização (LOUREIRO; CUNHA, 2008, p. 242).

Já no caso da ecoansiedade, provoca-se a discussão sobre a relação entre a mentalidade consumista conflituosa de existência planetária e a tendência mercadológica de essência empresarial, que se entrelaçam ao pensamento humano e, a partir dele, afloram o aforismo da manipulação em um discurso ecossistêmico para agradar e atrair consumidores. Também auxilia o “sistema predatório e insustentável ao adquirir um produto acreditando que com essa atitude estaria preservando o meio ambiente” (SILVA; ALVES, 2019, p. 197).

A ecoansiedade não afeta da mesma forma todas as pessoas. Ela costuma afetar aqueles com mais sensibilidade ecológica e os sintomas podem provocar casos leves (estresse, distúrbios do sono, nervosismo) ou casos graves (sensação de asfixia, depressão e forte sentimento de culpa pela situação do planeta).

Esses sintomas incitam no cérebro dos indivíduos o aumento excessivo de dopamina, que tende a controlar ou estimular certos comportamentos, tornando-os padrões repetitivos, muito bem utilizados pela tecnologia computacional, por meio de algoritmos. Desta forma, este livro sugere que a inserção da Educação Socioambiental na Gestão Ambiental Empresarial

digital inibe as *fakes news* ambientais, pois promove ações práticas dentro e fora dos muros da organização.

Por exemplo, a conectividade verde como perspectiva para a Gestão Ambiental digital tende a anular o uso do discurso revisionista ou negacionista como dominação e sugere como saída a revitalização da relação Ser Humano - Meio Ambiente, por meio do resgate da complexidade desta relação. Em especial, a cultura do fazer expande tanto o poder do criador quanto do difusor de opiniões.

Nesta seara, a Gestão Ambiental digital promove novos olhares para a Educação Ambiental nas empresas, focando-se nos elementos que constituem a Educação Socioambiental como cognitivo social. Por conseguinte, apostamos que o modelo ECODIGITAL amplia as formas de produção do conhecimento e os avalia em sua eficiência e eficácia ambiental. Isso porque as ideias apresentadas na relação Empresa-Mídia Digital-Educação Socioambiental sugerem pararmos de pensar igual e, por conseguinte, fazer tudo igual.

Como ferramenta-chave, são os desafios a serem superados quando bem incorporados às relações propostas pela empresa, principalmente no contexto digital. A plataforma estudada é exemplo disso, uma vez que muitas tendências estão sendo apresentadas para a Gestão Ambiental empresarial, o que significa entender como estamos fazendo a efetivação das ações realizadas.

Consumir não é uma prática individualizada, é sempre relacional:

A cada vez que pratico o consumo consciente, eu me sinto parte de um todo, até de uma comunidade imaginária. Quanto mais eu me sinto parte da causa, mais eu sinto que as minhas ações são

importantes Depoimentos apresentado na matéria: De onde veio, para onde vai? Informação para o novo século (DERIVI, 2008, p. 49).

Tão importante quanto coletivizar é a **corresponsabilização dos diferentes atores**. “A culpabilização, exclusivamente para o lado do consumidor, é extremamente problemática e ineficiente, porque é limitada”, aponta o Derivi (2008, p. 49). Admitir que o consumidor não muda o mundo sozinho e sugerir a ele que se cobre as reformas sistêmicas necessárias de si próprio e do outro (comunidade, empresas e governo).

Nas últimas décadas, as discussões sobre assuntos socioambientais aferem um caráter transnacional à cidadania, seja no âmbito macro ou microssocial, fundamentadas em grandes questões econômicas, sociais, ecológicas e políticas. Neste contexto, com a ascensão da internet em massa, por exemplo, a procura e o uso de metodologias tecnológicas ambientais pelas empresas têm sido expressivos, tanto para o planejamento da produção de bens e consumo quanto para a Gestão de Pessoas.

Em especial para a prática da Educação Socioambiental na Gestão Ambiental Empresarial, esta nova realidade vem mostrando que uma boa divulgação dos produtos não é apenas fazer *marketing*, e sim elaborar conteúdo de atração. Sob esta conjuntura, notamos que o formato comportamental da nossa sociedade mudou, dando origem à transição da sociedade disciplinar para a sociedade de controle, no qual as informações são tratadas mais como mecanismo de modulação algorítma do que manipulação midiática.

As alterações apontam para a necessidade de um novo modo de disseminação do conhecimento ambiental. Ademais, entender como a mídia digital se tornou fonte única e influenciadora que propaga narrativas e discursos próprios que incorporam

as ideias contidas no panóptico foucaultiano. Notamos que esses discursos e narrativas demarcam pontos de afastamento socialmente estabelecidos entre a linha de oposição e a de situação sobre o meio ambiente.

Assistimos, ainda, à transnacionalização do capital criar visões de mundo condicionadas, distanciando a possibilidade de incremento de práticas interdisciplinares que resultem na recuperação e sustentabilidade ambiental coletiva. Sob este contexto, o exercício de pensar esta condição nos traz vários desafios e, muitas vezes, evidencia as fragilidades em se aventurar a discuti-la. Neste sentido, não temos a pretensão em esgotar o tema, mas procuramos trazer discursos que possam ser reforçados pela continuidade ou que sejam provocadores de reflexões.

Defendemos que a responsabilidade digital das empresas se justifica pelo fato de percebermos que a mídia digital propõe uma nova identidade legitimadora que racionaliza a dominação dos atores sociais. Ela não induz o usuário a uma amplitude de interpretação que incorpore ideias, conteúdos, jeitos de pensar e agir em uma sociedade de valores, crenças e atitudes cambiantes.

Sem a formação de responsabilidade digital pelas empresas, a produção de ideias na vida material e imaterial que se entrelacem em uma sequencialidade de interações e símbolos que rapidamente modificam as ações cotidianas do indivíduo não será possível. A guerra digital sugere como único propósito o de controlar o usuário-leitor. Esta premissa está gerando atualmente o confronto de ideias relacionados ao senso comum *versus* ciência. De fato, parece-nos que a certeza está sendo a primeira opção em qualquer situação ambiental que se apresenta na sociedade.

Em vez de essa confrontação provocar uma discussão saudável, observamos que ela vem gerando a desconfiança do usuário-leitor ao emissor, indicando que as ideias não devem ser seguidas ou seguidas sem filtro algum. Cabe ressaltar que tanto uma quanto outra situação são prejudiciais, pois o uso da dualidade e da escolha única está formulando uma população passiva e insegura quanto às questões ambientais.

Está também promovendo a morte do coletivo. Um coletivo que desvanece em favor de um coletivismo oligárquico que, por conseguinte, sugere que a tecnologia se apropria do cérebro humano e o transforma em dados, oficializando-o como mercadoria (Figura 8).

FIGURA 8. Responsabilidade digital



Fonte: Elaborado pelas autoras (2021).

Logo, o Coletivismo Oligárquico de Emmanuel Goldstein, modelado por Leon Trotsky, indica um conjunto de ideologias presentes na Sociedade de controle proposta (ORWELL, 2001). Dentre elas, a filosofia política do totalitarismo se baseia em *slogans* como “Ignorância é Força”, “Guerra é Paz” e “Liberdade é Escravidão”.

Cabe aqui ressaltar que, apesar de esses *slogans* terem sido utilizados na relação com superestados totalitários, eles podem ser aplicados na análise das ações da Gestão Ambiental Empresarial digital quando ela fixa dispositivos que enfraquecem identidades, levando seus usuários-leitores a empregarem qualquer artefato cultural para redefinir sua posição na sociedade. Isso porque a relação pessoa-indivíduo perde sua essência e contorna um evento singular.

Dessa forma, a reflexão sobre como se organizam a comunicação e as ações sobre a Gestão Ambiental Empresarial digital promove a implantação, regulação e conformação de diferentes níveis de percepção ambiental, de modo que a funcionalidade ou a utilidade delas representam o cotidiano e o ideário intelectual dos envolvidos. Acreditamos, assim, que a Educação Socioambiental é a ferramenta-chave quando bem incorporada às relações propostas pela empresa.

V

PALAVRAS FINAIS

A combinação da Gestão Ambiental e mídia digital, ao que se refere à Educação Ambiental, sugere a inserção do conceito social, dando ênfase à necessidade urgente de emersão da Educação Socioambiental nas empresas ou órgãos que associam serviços ao bem comum.

A dor de cabeça estabelecida pelos estados normais ou pelos estados patológicos está ampliando o poder de constrangimento na relação patrão-empregado quando falamos de ambiente virtual, porque o binômio direito-dever se mostra frágil e requer a transformação da cidadania necessária na pós-modernidade.

A relação equipe-membro traz a visão de coletivo que tanto hoje se discute. E este coletivo pede que situações desenvolvidas no *marketing* corporativo existente não mais se efetivem, e ganhem características que respeitem uma identidade ambiental de que a empresa quer participar.

Neste sentido, muitos são os desafios a serem superados. Isso porque a cultura digital e a era do *self* precisam se separar e criar, em cada uma delas, um perfil próprio que contribua para o avanço das informações corporativas e não se confunda com a libertinagem das certezas possíveis. Devemos deixar de lado ações que promovam ameaça existencial de ideias, pessoas, instituições, governos e sociedade em geral.

O tear de expressões e mitos deve, essencialmente, criar e difundir opiniões, e não certezas. Mas, para isso, deveria opor-se à sociedade de controle, na qual a cultura do fazer se baseia especialmente no fazer-se visível.

Para tanto, de maneira contínua, defendemos que é necessário analisar a relação entre a questão ambiental subordinada à questão social e o caráter pedagógico da mídia no que tange às qualidades discursiva e narrativa que delas provêm. Desse

modo, com adaptações, organizamos o modelo ECODIGITAL como auxílio na tarefa de analisar as estratégias de conhecimento; os novos modos de ler, ver e perceber ideias; os significados construídos; as visões de mundo; o cognitivo social; a mudança futura da relação natureza-ser humano; caracterizando a conscientização coletiva incentivada na mídia digital e desejada pela Gestão Ambiental Empresarial.

Sugerimos, ainda, que a Educação Socioambiental disponha na Gestão Ambiental digital como um espaço para sensibilizar a comunidade civil em virtude da preservação do ambiente global e da remodelagem do uso dos recursos naturais pela comunidade empresarial local, deflagrando a escassez de elaboração de metodologias eficazes e capazes de despertar tal sensibilização.

Por ser assinalado um conjunto de ações e valores que correspondem à dimensão pedagógica dos processos comunicativos ambientais, a Educação Socioambiental pode ser abalizada como símbolo-meio, em que hábitos, costumes e valores de uma comunidade possam ser transferidos de geração para geração. Ela tende a ser orientada para a solução de quesitos concretos que fundamentem a elaboração de processos que desconstruam ideias e mitos que negam conhecimentos, posturas e atitudes ambientais. Neste caso, o desafio está mais associado ao como modificar o saber cultural infligido em um mundo globalizado.

Aliás, este livro visa suscitar a compreensão de um modelo de diálogo dos saberes, a identificação de seus atores e os conflitos e as contradições de suas ideias, que podem legitimar ou deslegitimar o contexto no *site* selecionado, analisando os significados contidos nestes conhecimentos. Almejamos, assim, estabelecer conformações, causas e efeitos, visto que é possível identificar os principais fatores existentes na dimensão da

cultura posta e na tentativa de decompor suas partes, tornando simples sua complexa interpretação.

Contudo, a ignorância induzida por engano amplia os deveres da vigilância em um ambiente virtual. Com isso, sabemos que muitos ainda são os desafios a serem superados no contexto digital. Mas aqui fica nosso desejo de que cada um, em um coletivo, proporcione meios para uma percepção cognitiva efetiva, amplie os questionamentos dos tradicionais discursos e desenvolva novas atitudes reativas.

Assim sendo, iniciaremos as mudanças de condutas desejadas tanto no *marketing* ambiental quanto nas legislações ambientais já existentes, desenbocando em um contexto favorável para a corresponsabilidade local e planetária de todos os envolvidos.

Desejamos também que, ao divulgar um saber cultural ambiental via mídia digital, a conscientização coletiva faça com que o indivíduo se abra para atitudes que possam relacionar sua produtividade ao perfil socioambiental desejado, assumindo o papel de gestor de suas próprias ações. E, sobretudo, em nosso coletivo, fica o desejo de que cada um nós proporcionemos meios para que velhos discursos sejam questionados e atualizados.

Referências

ALPEROVITZ, G.; HOWARD, T. **Sala de imprensa**. In: THE DEMOCRACY COLLABORATIVE, 2021. Disponível em: <https://democracycollaborative.org/>. Acesso em: 24 fev. 2021.

ALVES, S. B.; LINDINO, C. A.; LINDINO, T. C. **Ecosistema comunicativo: educomunicação e transgenia**, 1. ed. Curitiba: Appris, 2019.

ANTUNES, R.; ALVES, G. As mutações no mundo do trabalho na era da mundialização do capital. **Educ. Soc.**, Campinas, vol. 25, n. 87, p. 335-351, maio/ago. 2004.

ARAÚJO, E. V. F.; VILAÇA, M. L. C. “Sociedade Conectada: Tecnologia, Cidadania e Infoinclusão”. In: VILAÇA, M. L. C.; ARAÚJO, E. V. F. (orgs.). **Tecnologia, Sociedade e Educação na Era Digital**. Duque de Caxias: UNIGRANRIO, 2016.

ASHLEY, P. A. **Ética e responsabilidade social nos negócios**. São Paulo: Saraiva, 2002.

AZEVEDO, F. **A cultura brasileira**. 3. ed. Rio de Janeiro: IBGE, 1958.

BARBIERI, Jose Carlos. **Gestão ambiental empresarial: conceitos, modelos e instrumentos**, 2 ed. São Paulo: Saraiva, 2007.

BARBIERI, Jose Carlos. **Gestão ambiental empresarial: conceitos, modelos e instrumentos**, 4 ed. rev. e ampl. São Paulo: Saraiva, 2016.

BARRETO, P. J. P.; RIOS, R. Vigiar e punir: a internet e as redes de poder participativo na era da globalização. In: SOCIEDADE BRASILEIRA DE ESTUDOS INTERDISCIPLINARES DA COMUNICAÇÃO. **Anais [...]**. Fortaleza, de 03 a 07 set. 2012.

- BARTON, D.; L. C. **Linguagem online**: textos e práticas digitais. Trad. Milton Camargo Mota. São Paulo: Parábola Editorial, 2015.
- BAUMAN, Z. **Modernidade líquida**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2000.
- BAUMAN, Z. **Vida líquida**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2005.
- BAUMAN, Z. **Vida para o consumo**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2008a.
- BAUMAN, Z. **A sociedade individualizada**: vidas contadas e histórias vividas. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2008b.
- BAUMAN, Z. **Retropia**. Trad. Renato Aguiar. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2017a.
- BAUMAN, Z. **O retorno do pêndulo**: sobre a psicanálise e o futuro do mundo líquido. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2017b.
- BENJAMIN, A. H. V. Objetivos do Direito Ambiental. **Lusíada: Revista de Ciência e Cultura**, série de Direito, número especial, 1996 (Actas do I Congresso Internacional de Direito do Ambiente da Universidade Lusíada Porto).
- BERNARDO, J. **Transnacionalização do capital e fragmentação dos trabalhadores**. São Paulo: Boitempo, 2001.
- BERTOLDI, M. R.; DAMASCENO, A. T. M. A governança transnacional ambiental: do fundamento ético em Hans Jonas ao princípio da solidariedade intergeracional. **Rev. de Direito e Sustentabilidade**. Maranhão, v. 3, n. 2, p. 109-124, jul./dez. 2017.

BOAVENTURA, E. M. Educação planetária em face da globalização. **Revista da FAEBBA**. Educação e contemporaneidade. Salvador, ano 10, n. 16, p. 27-35, 2009.

BOECHAT, C. B.; PARO, R. Sustentabilidade no Brasil. **HSM Management Online**. n. 63, jul./ago., 2007.

BOSCHETTI, F. A.; BACARJI, A. G. Instrumentos de gestão ambiental: uma ferramenta para competitividade. In: SIMPÓSIO DE EXCELÊNCIA EM GESTÃO E TECNOLOGIA, **Anais [...]**. Distrito de Resende, Rio de Janeiro, 2009, p. 01-08.

BOTTOMORE, T. **Dicionário do pensamento marxista**. Rio de Janeiro: Jorge Zarar, 1990.

BRANDÃO, C. R. **O que é educação**. São Paulo: Abril Cultura; Brasiliense, 1985.

BRASIL. Casa Civil. Constituição (1988). **Diário Oficial da União**, Brasília, DF, 05 out. 1988.

BRASIL. Ministério da Educação e do Desporto. Lei nº. 9.795, de 27 de abril de 1999. Dispõe sobre a educação ambiental, institui a Política Nacional de Educação Ambiental e dá outras providências. **Diário Oficial da União**, Brasília, DF, 28 abr. 1999.

BRECHT, B. **Estudos sobre o teatro**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1978.

CAPRA, F. **Alfabetização ecológica: a educação das crianças para um mundo sustentável**. São Paulo: Cultrix, 2006.

CASSIANO, J. F. Modulação deleuziana, modulação algorítmica e manipulação midiática. In: SOUZA, J.; AVELINO, R.; SILVEIRA, S. A. (org.) **A sociedade de controle: manipulação e modulação nas redes digitais**. São Paulo: Hedra, 2018.

CASTELLS, M. **A sociedade em rede**. 6. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2011.

CASTELLS, M. **Redes de indignação e esperança: movimentos sociais na era da internet**. Trad. Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.

CERQUEIRA, J. P. **Sistemas de gestão integrados: ISO 9001, ISO 14001, OHSAS 18001, SA 8000 e NBR 16001: conceitos e aplicações**. Rio de Janeiro: Qualiymark, 2010.

COMBLIN, J. **O neoliberalismo: ideologia dominante na virada do século**. Petrópolis: Vozes, 1999.

COMMUNITY-WEALTH.ORG, 2021. Disponível em: <https://community-wealth.org>. Acesso em: 24 fev. 2021.

CORREA, S. O percurso da identidade do Estado contemporâneo: as novas máscaras de controle e de poder resultantes da globalização. In: VERONESE, A.; BEDIN, G. A.; OLIVEIRA, M. L. (coord.). **Teoria e Filosofia do Estado**. Florianópolis: CONPEDI/UnB/UCB/IDP/UDF, 2016.

DELEUZE, G. Post-scriptum sobre as sociedades de controle. In: DELEUZE, G. **Conversações**. São Paulo: Editora 34, 1992.

DERIVI, C. Ecoassombração. **Revista Página 22**, set., ed. 23, p. 42-49, 2008. Disponível em: <https://pagina22.com.br/wp-content/uploads/2009/07/ed23.pdf>. Acesso em: 24 fev. 2021.

DI FELICE, M. (org.). **Do público para as redes: a comunicação digital e as novas formas de participação social**. São Paulo: Ed. Difusão, 2008.

DIAS, Reinaldo. **Gestão ambiental: responsabilidade social e sustentabilidade**. São Paulo: Atlas, 2011.

DONAIRE, D. **Gestão ambiental na empresa**. São Paulo: Atlas, 1999.

DURKHEIM, E. **Da divisão do trabalho social**. São Paulo: Martins Fontes, 1999.

DURKHEIM, E. **As regras do método sociológico**, 3. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2007.

FERNANDES, R. S. et al. **Uso da percepção ambiental como instrumento de gestão em aplicações ligadas às áreas educacional, social e ambiental**. 2004. Disponível em: http://www.redeceas.EducaçãoSocioambientallq.usp.br/noticias/Percepcao_Ambiental.pdf. Acesso em: 05 de set. de 2019.

FLICK, U. **Introdução à metodologia de pesquisa: um guia para iniciantes**. Porto Alegre: Penso, 2013.

FOUCAULT, M. **A ordem do discurso**. 2. ed. São Paulo: Loyola, 1989.

FOUCAULT, M. **A ordem do discurso**. 5. ed. São Paulo: Loyola, 2010.

FRIEDMAN, M. **Capitalismo e liberdade**. São Paulo: Nova Cultural, 1985.

GADOTTI, M. Pedagogia da terra: ecopedagogia e educação sustentável. In: GADOTTI, M. **Paulo Freire y la agenda de la educación latino-americana en el siglo XXI**. Buenos Aires: CLACSO, 2001 (Colección Sociedade).

GARCÍA R. M. A “nova” riqueza e a gestão dos recursos produtivos. **Revista de Administração de Empresas**, Rio de Janeiro, vol. 27, n. 2, p. 14-22, abr./jun. 1987.

GUTIERRES, H. E. P.; SASSI, R. A certificação ambiental na gestão ambiental empresarial. In: CUNHA, B. P., AUGUSTIN, S. (org.). **Sustentabilidade ambiental**: estudos jurídicos e sociais. Caxias do Sul: Educs, 2019.

GUTIERREZ, F.; PRADO, C. **Ecopedagogia e cidadania planetária**. São Paulo: Cortez; Instituto Paulo Freire, 2003.

GUTIERREZ, F.; PRADO, C. **Ecopedagogia e cidadania planetária**. 2. ed. São Paulo: Cortez; Instituto Paulo Freire, 2013.

HALL, S. **A Identidade cultural na pós-modernidade**. 11. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 1992.

HAYEK, F. A. Von. **O caminho da servidão**. Rio de Janeiro: EXPED, 1984.

JACOBI, P. Meio ambiente urbano e sustentabilidade: alguns elementos para a reflexão. In: CAVALCANTI, C. (org.). **Meio ambiente, desenvolvimento sustentável e políticas públicas**. São Paulo: Cortez, p.384-390, 1997.

JACOBI, P. R.; GIATTI, L.; AMBRIZZI, T. Interdisciplinaridade e mudanças climáticas: caminhos de reflexão para a sustentabilidade. In: PHILIPPI, A. E.; FERNANDES, V. (org.). **Práticas da interdisciplinaridade no ensino e pesquisa**. São Paulo: Manole, 2015.

JACOBI, P. R.; GRANJA, S. I. B.; FRANCO, M. I. Aprendizagem Social práticas educativas e participação da sociedade civil como estratégias de aprimoramento para a gestão compartilhada em bacias hidrográficas. **São Paulo em Perspectiva**, v. 20, n. 2, p. 5-18, abr./jun. 2006.

JACOBI, P. R.; SINISGALLI, P. A. D. Governança ambiental e economia verde. **Ciência & Saúde Coletiva**, v. 17, n. 6, p. 1469-1478, 2012.

JACOBI, P. R.; SULAIMAN, S. N. Sustentabilidade, aprendizagem social e governança socioambiental. In: OLIVEIRA, M. M. D. et al. (org). **Cidadania, meio ambiente e sustentabilidade**, Caxias do Sul: Educs, 2017.

JONAS, H. **Pour une éthique du futur**. Paris/S. Germain: Ed. Payot et Rivages, 1998.

LAYRARGUES, P. P. Educação para a gestão ambiental: será esta a sucessora da educação ambiental? In: MATA, S. F. et al. (orgs.) **Educação ambiental, desafio do século**: um apelo ético. Rio de Janeiro: Terceiro Milênio. 1998.

LAYRARGUES, P. P. Educação para a gestão ambiental: a cidadania no enfrentamento político dos conflitos socioambientais. In: LOUREIRO, C. F. B.; LAYRARGUES, P. P.; CASTRO, R. S. (org.). **Sociedade e meio ambiente**: a educação ambiental em debate. São Paulo: Cortez, 2000.

LAZZARATO, M. **Políticas del acontecimiento**. Buenos Aires: Tinta Limón, 2006.

LEFF, E. **Saber ambiental**: sustentabilidade, racionalidade, complexidade e poder. 7. ed. Petrópolis: Vozes, 2009.

LEMONS, A. **Cidade digital**: portais, inclusão e redes no Brasil. Salvador: EDUFBA, 2007.

LÉVY, P. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 1999.

LIMMER, F. C. Responsabilidade socioambiental da empresa na sociedade de risco. **Quaestio Iuris**. Rio de Janeiro, vol. 08, n. 3, p. 1958-1991, 2015.

LINDINO, T. C. **Pós-graduação e mercado de trabalho**: exigência de formação continuada como qualificação docente. 245 f., 2005. Tese (Doutorado em Educação) – Faculdade de Filosofia e Ciências, Universidade Estadual Paulista, Marília, SP, 2005.

LOUREIRO, C. F. B. Educação ambiental e movimentos sociais na construção da cidadania ecológica e planetária. In: LOUREIRO, C. F. B.; CUNHA, C. C. Educação ambiental e gestão participativa de unidades de conservação: elementos para se pensar a sustentabilidade democrática. **Ambiente & Sociedade**. Campinas, v. XI, n. 2, p. 237-253, jul. dez. 2008.

LYON, D. Cultura da vigilância: envolvimento, exposição e ética na modernidade digital. In: BRUNO, F.; CARDOSO, B.; KANASHIRO, M.; GUILHON, L.; MELGAÇO, L. (org.) **Tecnopolíticas da vigilância**: perspectivas da margem. São Paulo: Boitempo, 2018.

MEDITSCH, E. **O conhecimento do jornalismo**. Florianópolis: Ed. da UFSC, 1992.

MEIRA, P.; SATO, M. Só os peixes mortos não conseguem nadar contra a correnteza. **Revista de Educação Pública**, v. 14, n. 25, p. 17-31, 2005.

MIRANDA, B.; MORETTO, I.; MORETTO, R. **Gestão ambiental nas empresas**. Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, Programa de Pós-Graduação em Administração e Programa de Pós-Graduação em Economia FEA/PUC-SP. São Paulo, 2019.

MONTEMEZZO, P. **A prudência ambiental e o papel do Estado nos danos gerados por sua omissão**. 2008. 129 f. Dissertação (Mestrado em Direito) – Universidade de Caxias do Sul, Caxias do Sul, RS, 2008.

MORAES, C. S. B.; VALE, N. P.; ARAÚJO, J. A. Sistema de Gestão Integrado (SGI) o e os benefícios para setor siderúrgico. **RMS – Revista Metropolitana de Sustentabilidade**, Editor Científico/ Melhores práticas editoriais da ANPAD, v. 3, n. 3, p. 29-48, 2013.

MORIN, E. **Os sete saberes necessários à educação do futuro**. 2. ed. Trad. Catarina Eleonora F. da Silva e Jeanne Sawaya. Revisão técnica de Edgard de Assis Carvalho. São Paulo: Cortez; Brasília: UNESCO, 2018.

NEAL, P. Teaching sustainable development. **Environmental Education**, n. 50, p. 8-9, 1995.

NODARI, P. C.; BOLDORI, J. Ética da responsabilidade e a casa comum. In: OLIVEIRA, M. D. et al. (org.). **Cidadania, meio ambiente e sustentabilidade**. Caxias do Sul: EducS, 2017.

ORWELL, George. **Nineteen Eighty-Four (1984)**. London: The Folio Society, 2001.

PEDRINI, A. G. Educação ambiental para o desenvolvimento ou sociedade sustentável?: uma breve reflexão para a América Latina. **Educação Ambiental em Ação**, v. 17, 2006.

PENSAR CONTEMPORÂNEO. **A teoria da panóptica de Michel Foucault**: sobre o poder político e econômico que nos controla sem que possamos perceber (publicado em 29 de novembro de 2017). Disponível em: <https://www.pensarcontemporaneo.com/>. Acesso em: 07 nov. 2021.

POLIZELLI, D. L.; PETRONI, L. M.; KRUGLIANSKAS, I; Gestão ambiental nas empresas líderes do setor de telecomunicações no Brasil. Universidade de São Paulo. São Paulo. **Revista de Administração - RAUSP**, v. 40, n. 4, out.-dez., p. 309-320, 2005.

QUINTAS, J.S e Gualda, M.J. **A Formação do educador para atuar no processo de gestão ambiental**. Brasília, DF: Edições IBAMA, 1995 (Série Meio Ambiente em Debate).

NEWMAN, N. et al. **Reuters Institute Digital News Report**. Reuters Institute for the Study of Journalism, 2020. Disponível em: https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2020-06/DNR_2020_FINAL.pdf. Acesso em: 24 fev. 2021.

RAFFESTIN, C. **Por uma geografia do poder**. São Paulo: Ática. 1993.

ROJO, R. (org.). **Escola conectada**: os multiletramentos e as TIC's. São Paulo: Parábola, 2013.

SACRISTÁN, J. G. **Educar e conviver na cultura global: as exigências da cidadania**. Porto Alegre: Artmed, 2002.

SANTAELLA, L. **Cultura e artes pós-humano: da cultura da mídia, à cibercultura**. São Paulo: Paulus, 2003.

SANTOS, B. S. **A cruel pedagogia do vírus**. Coimbra: Edições Almedina S/A, 2020.

SAUVÉ, L. Environmental education and sustainable development: a further appraisal. **Canadian Journal of Environmental Education**, v. 1, n. 1, p. 7-34, 1996.

SEIFFERT, M. E. B. **ISO 14001 Sistemas de gestão ambiental: implantação objetiva e econômica**. São Paulo: Atlas, 2008.

SEVERINO, A. J. **Metodologia do trabalho científico**. 22. ed. rev. ampl. São Paulo: Cortez, 2002.

SILVA, A. R. F.; ALVES, A. L. C. A educação ambiental e o novo conceito de fake green. **Revista de Direito Econômico e Socioambiental**, Curitiba, v. 10, n. 2, p. 185-207, maio/ago. 2019.

SOUZA, J.; AVELINO, R.; SILVEIRA, S. A. (org.). **A sociedade de controle: manipulação e modulação nas redes sociais**. São Paulo: Hedra, 2018.

STRAUSS, A. L.; CORBIN, J. **Basics of qualitative research**. 3. ed. London: Sage, 2008.

STREY, M. N.; KAPITANSKI, R. C. **Educação & Internet**. São Leopoldo: Sinodal, 2011.

THE DEMOCRACY COLLABORATIVE, 2021. Disponível em: <https://democracycollaborative.org/>. Acesso em: 24 fev. 2021.

TREVISOL, J. V. **A educação ambiental em uma sociedade de risco**. Joaçaba: UNOESC, 2003.

TRISTÃO, M. As Dimensões e os desafios da educação ambiental na sociedade do conhecimento. In: RUSCHEINSKY, A. (org.). **Educação ambiental: abordagens múltiplas**. Porto Alegre: Artmed, 2002.

VAL JÚNIOR, L.; GESTEIRO, N. P. A responsabilidade social da empresa. **Revista Jus Navigandi**, ISSN 1518-4862, Teresina, ano 9, n. 411, 22 ago. 2004.

VIEIRA, L. **Os argonautas da cidadania: a sociedade civil na globalização**. Rio de Janeiro: Record, 2002.

VILAÇA, M. L. C.; ARAÚJO, E. V. F. (orgs.). **Tecnologia, sociedade e educação na era digital**. Duque de Caxias: UNIGRANRIO, 2016.

WALLERSTEIN I. **Capitalismo histórico e civilização capitalista**. Rio de Janeiro: Editora Contraponto, 2001.

WORLDCHANGING.COM, 2015. Disponível em: <https://worldchanging.com>. Acesso em: 24 fev. 2021.

ZUBOFF, S. Big other: capitalismo de vigilância e perspectivas para uma civilização de informação. In: BRUNO, F.; CARDODO, B.; KANASHIBO, M.; GUILHON, L.; MELGAÇO, L. (org.) **Tecnopolíticas da vigilância: perspectivas da margem**. São Paulo: Boitempo, 2018.

ZUBOFF, S. Um capitalismo de vigilância. **Le Monde Diplomatique Brasil**, ed. 138, 3 jan. 2019.

ZUBOFF, S. **The age of surveillance capitalism**: the fight for human future at the new frontier of power. New York: Public Affairs, 2019.

AS AUTORAS



TEREZINHA CORRÊA LINDINO

Pós-doutora em Gestão e Educação Ambiental pela Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho (UNESP/*Campus Tupã*), no Grupo de Pesquisa em Gestão e Educação Ambiental (PGEA). Doutora em Educação pela Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho (UNESP/*Campus Marília*). Mestre em Engenharia da Produção, Área Gestão da Qualidade, pela Universidade Federal de São Carlos (UFSCar/*Campus São Carlos*). Graduada em Pedagogia pela Universidade Federal de São Carlos (UFSCar/*Campus São Carlos*). Professora Associada B na Universidade Estadual do Oeste do Paraná (UNIOESTE/*Campus Marechal Cândido Rondon*). Docente permanente no Programa de Pós-Graduação *Stricto Sensu* em Ciências Ambientais (UNIOESTE/*Campus Toledo*). Vice-líder do Grupo de Estudo e Pesquisa em Ciências Ambientais (GEPECIA). Vice-líder do Grupo de Estudo e Pesquisas sobre a Primeira Infância (GEPEPI). Membro do Grupo de Pesquisa em Gestão e Educação Ambiental (PGEA). Autora de vários livros e artigos sobre Educação Ambiental Formal e Empresarial, Ecopedagogia e Gestão Socioambiental. Coordenadora de projetos de ensino, pesquisa e extensão sobre Formação de Educadores Ambientais em Ambientais Formais, Não-Formais e Informais.



ANGÉLICA GOIS MORALES

Livre-Docente em Gestão e Educação Ambiental pela Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho (UNESP, *Campus* Tupã). Pós-Doutora pela Universidade Nacional de Córdoba (UNC, Córdoba/Argentina). Doutora em Meio Ambiente e Desenvolvimento pela Universidade Federal do Paraná (UFPR, Curitiba). Mestre em Educação Ambiental pela Fundação Universidade Federal do Rio Grande (FURG, Rio Grande). Graduada em Ciências Biológicas pela UNESP (Tupã). Professora Associada da Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho (UNESP), do *Campus* de Tupã, SP, no curso de graduação em Administração. Supervisora e docente permanente no Programa de Pós-Graduação em Agronegócio e Desenvolvimento – Nível Mestrado e Doutorado (UNESP, Tupã). Líder do Grupo de Pesquisa em Gestão e Educação Ambiental (PGEA). Membro do grupo de Pesquisa em Democracia e Gestão Social (GEDGS). Coordenadora da Sala Verde Rede de Educação Ambiental da Alta Paulista (REAP). Autora de livros e artigos sobre formação em educação ambiental, multiculturalismo, ambientalização curricular, educação e gestão ambiental, entre outros temas afins.

A popularização e massificação do uso da internet e de metodologias tecnológicas ambientais pelas empresas vêm mostrando que uma boa divulgação dos produtos exige, além da estratégia de marketing, a elaboração de conteúdos de atração. O formato comportamental social mudou, impulsionando a transição da sociedade disciplinar para a sociedade de controle, na qual as informações são tratadas mais como mecanismo de modulação algorítmica do que como manipulação midiática. O ambiente virtual fixa-se como um dispositivo que fortalece ou enfraquece identidades, enquanto seus usuários utilizam de qualquer artefato cultural para redefinir sua posição na sociedade. A obra adota, então, a noção de Educação Socioambiental no contexto da Gestão Ambiental analisando sua relação com a mídia digital e defende que a Responsabilidade Socioambiental sustenta a ideia da Responsabilidade Digital como reguladora da disseminação do conhecimento ambiental empresarial.

