

Avaliando a comunicação de informação em campanhas educativas: o programa de economia de energia na UFSCar

COSTA, L.S.F.¹; FURNIVAL, A.C.²; OKI, C.S.³

Resumo

O projeto de pesquisa propõe uma avaliação qualitativa do Programa de Eficiência e Racionalização no Uso de Energia (PERENE) lançado em 2001 na Universidade Federal de São Carlos (UFSCar). Valendo-se do método qualitativo de grupos focais, a pesquisa tem como objetivos principais examinar como as pessoas interpretam as informações veiculadas na campanha educacional do PERENE, e avaliar como respondem às exortações de economizar a energia em âmbito institucional. Prevê-se que o método escolhido permitirá explorar os significados pessoais, culturais e sociais da conservação da energia para grupos distintos de pessoas que trabalham na UFSCar, como são expressos na conversa cotidiana, possibilitando uma aferição de quais valores desses grupos distintos são refletidos nas políticas de planejamento e gestão existentes na instituição.

Introdução

Hoje em dia, são poucas as universidades que não manifestaram algum tipo de compromisso com o meio ambiente, seja essa manifestação apenas uma afirmação verbal de responsabilidade ambiental, seja ela na forma mais concreta de propostas e subsequente implementação de políticas de gestão ambiental e ou de mudanças curriculares para incorporar uma análise da problemática ambiental transversalmente na grade curricular (o chamado “greening of the curriculum” ou “ambientalização curricular”).

No que diz respeito à internalização de uma preocupação com a problemática ambiental no âmbito da Universidade Federal de São Carlos (UFSCar), documento recente

¹ Mestre em Engenharia da Produção, Universidade Federal de São Carlos (UFSCar), e Professora Assistente do Departamento de Ciência da Informação, UFSCar. email: lfcosta@uol.com.br

² Doutora em Políticas Científicas e Tecnológicas, UNICAMP, e Professora Adjunta do Departamento de Ciência da Informação, UFSCar. email: chloe@power.ufscar.br

³ Aluno de graduação do curso de Biblioteconomia e Ciência da Informação da UFSCar, e bolsista PIBIC-CNPq. email: pesquisa_bci@hotmail.com

apresenta a meta de se querer formar profissionais *de diferentes áreas* que se comprometam “com a preservação da biodiversidade no ambiente natural e construído, com sustentabilidade e melhoria da qualidade da vida”(UFSCar/Prograd, 2000, p.8). No entanto, a preocupação é bem anterior. Assim, em 1993, a UFSCar institui a Coordenadoria Especial para o Meio Ambiente (CEMA), com três grandes programas: o Programa de Educação Ambiental – PEAm; o Programa Agro-ecológico – PAE e o Programa de Conservação de Energia – PCE. No ano de 2001, é criado na UFSCar o programa PERENE – Programa de Eficiência e Racionalização no Uso de Energia – que, entre outras atividades, “articula uma campanha educacional de combate ao desperdício de energia elétrica e algumas medidas técnicas nas instalações do campus” (*site* do PERENE, disponível em: <http://www.ufscar.br/~perene>).

Seria possível identificar como fator de catálise da criação do PERENE na UFSCar a questão legal-financeira situada no contexto macro-nacional do chamado “apagão”, e especificamente com a instituição da Lei 3818 de 15 de maio de 2001, que determinou que as autarquias federais reduzissem o seu consumo de energia (*site* do PERENE). No entanto, como os idealizadores do PERENE realçam:

A proposta é educar a comunidade universitária para uma melhor utilização dessa energia, uma nova postura, livre dos desperdícios. Não deve ser confundida com a obrigação a que todos nós estamos sujeitos, que é o de racionar o uso para não faltar (citado no *site* do PERENE, *op cit.*).

Como se pode constatar, o PERENE situa-se firmemente dentro da proposta mais ampla da política ambiental da UFSCar, que é de *educar a comunidade universitária para a sustentabilidade*. Esta visão de “Educação Ambiental (EA) para a sustentabilidade” enquadra-se numa mudança perceptível, na década de 90, de uma predominância das óticas da EA *sobre o e no* meio ambiente – que se restringem a promover a compreensão,

apreciação e preocupação com o meio ambiente – para a ótica da EA *para* o meio ambiente e a sustentabilidade, ótica esta que visa desenvolver um sentimento de responsabilidade e participação ativa na resolução dos problemas ambientais (TILBURY e TURNER, 1997, parafraseada em FURNIVAL, COSTA e KRAUSS, 1997). Para Sorrentino (1999, p.7), essa ótica passa pela questão do *envolvimento* sustentável, pelo qual:

cada agrupamento humano deve definir sua própria agenda de prioridades, fundamentada em profunda revisão de valores e na definição de espaços dialógicos e institucionais que permitam a tomada de decisão participativa e a liberdade para implementar suas propostas.

A presente pesquisa se dirige a alguns dos desdobramentos institucionais do PERENE. Para os idealizadores do PERENE, a fase da implementação do Programa é apenas o começo: há de ter uma avaliação e *feedback* constante para seu aperfeiçoamento contínuo e possíveis adaptações subseqüentes. Este tipo de preocupação com a avaliação contínua como parte integrante da gestão ambiental de uma instituição é evocada na seguinte afirmação de Alabaster e Blair (1996, p.93), quando dizem que:

It is no longer enough to be at the forefront merely with an environmental mission statement and/or policy or committee. An institution should be seen to be implementing effective environmental management systems, *monitoring progress and making the information transparent and publicly available* (grifo nosso).

Assim, a campanha educacional objetivando a redução do consumo de energia elétrica, representa uma área de pesquisa na qual é colocado o potencial da informação em instigar mudanças de comportamento, no que tange ao consumo da energia, dos indivíduos numa instituição, explicitando portanto, a relação direta entre as metas institucionais para a sustentabilidade e a informação.

Informação para a participação

A noção de indissociabilidade entre o desenvolvimento sustentável e a participação apontada por Sorrentino (*op.cit.*) é central ao discurso da sustentabilidade ambiental em âmbito nacional, regional, municipal e também, organizacional. Nos documentos oficiais que tratam da questão da sustentabilidade, como a *Agenda 21* e a *Declaração do Rio*, a participação dos mais variados grupos de atores sociais que interagem nesses espaços é entendida como sendo a condição *sine qua non* do sucesso das múltiplas estratégias formuladas e implementadas, que visam à sustentabilidade.

Implícito à promoção dessa participação ativa está a necessidade da comunicação de informações para e entre os diferentes atores que fazem parte do público geral, e das organizações governamentais e não-governamentais, entre outras. A informação constitui-se em pré-condição para se criar e fomentar fóruns ou espaços para a construção coletiva de consensos, se possível, em torno de programas, metas, ações e estratégias cogitadas para alcançar a sustentabilidade. Neste sentido, o Capítulo 40 da *Agenda 21* está dedicado ao tema da importância da informação para a sustentabilidade, no qual é afirmado que: “A necessidade de informação surge em todos os níveis, desde o de tomada de decisões superiores, nos planos nacional e internacional, ao comunitário e individual” (CNMAD, 1992). Em um plano de desenvolvimento institucional (PDI), a abertura dos canais de comunicação da informação para implementar qualquer meta ou objetivo almejado, explícito ou não, é fundamental para o sucesso parcial ou pleno dele.

O corpo significativo de literatura acadêmica que trata da questão da comunicação de informações ambientais dá ênfase à noção de que a mera comunicação de informação “pura” sobre o estado do meio ambiente, por si só, não provocará a ação e participação

almejadas. A informação e o processo comunicativo têm que ser “enquadrados” (*framed*), como Eder (1996, p.209) aponta:

Sem empacotar a informação sobre o meio ambiente, nada será conseguido: nem a legitimidade para a instituição política, a mobilização pelo meio ambiente, e nem atitudes racionais (ou até padrões de comportamento) no público em geral. [...] São os métodos de comunicar as condições e idéias ambientais, e não o estado da deterioração ambiental em si que explica o surgimento de discurso público sobre o meio ambiente [...]

Falando do processo comunicativo em si, Howson e Cleasby (1996) realçam o fato de que a audiência da informação não é passiva no processo, mas participante ativa que se localiza numa rede social e contextual mais ampla. Todavia, não sendo passivos, os receptores também são imprevisíveis, ativos e variáveis nas suas reações em relação às informações contidas nas mensagens.

Essas linhas de pensamento construtivistas enfocam a natureza *constitutiva* da linguagem: a linguagem não apenas nos dá um reflexo, replica ou descreve os objetos, eventos e categorias “preexistentes” no mundo social e natural, mas *constrói* uma versão daquele mundo – ela *faz*, é *ativa* (POTTER e WETHERELL, 1987; DAVIES e HARRÉ, 1990; BILLIG, 1991). Lake (2001), por exemplo, analisa como o uso de metáforas lingüísticas tais como “estufa” (*greenhouse*), “sumidouro” (*sink*), e a palavra inglesa “warming” ao invés de “heating” na expressão “global warming” pode ter tido um efeito na audiência completamente distinto àquele desejado, gerando, inclusive, apatia e descaso no público, o que talvez não tivesse ocorrido com o uso de metáforas alternativas e mais “fortes”, alega o mesmo autor.

Todos esses estudos partem de uma tendência recente nas pesquisas nas ciências humanas sobre a problemática ambiental que procura analisar os processos sociais e culturais pelos quais grupos de atores identificam e compreendem a problemática ambiental, e investigam até que ponto essas compreensões são traduzidas em práticas novas, em níveis individuais e

institucionais. Parte-se do pressuposto que serão essas *construções* ou *percepções* que os grupos de atores manifestam em relação à problemática ambiental e às políticas e estratégias para sua resolução que impulsionarão as ações de sustentabilidade (FURNIVAL, 2001). Assim, várias dessas pesquisas postulam concomitantemente que é um equívoco pressupor que o mero repasse de informação, exortando a participação e colaboração, suscitará os resultados almejados. Em grande medida, os apelos e convocações de documentos como a *Agenda 21*, por exemplo, dirigidos aos variados grupos de atores sociais, envolvem pressupostos sobre a motivação humana que podem ser classificados como *instrumentalistas*, ou seja, presume-se que, se os fatos são apresentados às pessoas, então estas estarão motivadas a mudar o seu comportamento, pois entenderão que é de seu interesse assim proceder (MACNAGHTEN e URRY, 1998; CRESPO, 1998). Contudo, pesquisas realizadas junto a grupos do público geral na Inglaterra, por exemplo, identificaram que é improvável que isso aconteça de forma tão “linear”, sobretudo porque sentimentos de poder ou querer agir são fortemente imbricados com sentimentos de confiança em relação à fonte da informação e à origem do apelo à participação (MACNAGHTEN *et al.*, 1995; MACNAGHTEN e URRY, 1998; GROVE-WHITE *et al.* 2000).

Há uma diferença substancial também, entre a comunicação “direta” com o público em geral, e aquela que se localiza dentro da especificidade de uma cultura institucional, como, por exemplo, é o caso da divulgação da campanha do PERENE na UFSCar. A comunicação do chamado “apagão”, que exortava o público em geral a colaborar no racionamento de energia, pôde trabalhar com a hipótese de que as mudanças de comportamento seriam relativamente fáceis de se conseguir, principalmente porque os dispêndios financeiros relacionados ao consumo da energia seriam sentidos diretamente no orçamento doméstico. Diferentemente, os empregados em uma dada organização terão ganhos apenas indiretos em seus esforços de

racionalizar o consumo da energia, tornando bem mais complexa a meta da instituição de motivar seus empregados a se comportarem de forma mais poupadora de energia (SIERO *et al.*, 1996). Dado tal contexto, a comunicação institucional da informação pertinente apresenta-se como um grande desafio que é o de se pensar conjuntamente:

- a) as dimensões do comportamento individual dentro da instituição/organização;
- b) o potencial impacto que os valores de sustentabilidade já internalizados por alguns desses individuais possam ter na instigação de mudanças;
- c) a influência que a percebida ausência ou presença dos valores de sustentabilidade que a instituição demonstra;
- d) os potenciais ganhos para a instituição e para os indivíduos que trabalham nela.

Como já comentado, parte integrante do PERENE na UFSCar é sua campanha educacional, que se concretizou através da divulgação, nos campi, de *folders*, cartazes e selos auto-adesivos (DE ANDRADE e BAUMGARTNER, 2001). Posteriormente à primeira campanha, foi realizada uma avaliação focalizando os aspectos da estratégia de divulgação adotada e o conseqüente emprego do material em si, e a forma com a qual este foi fisicamente afixado nos pontos de destino distribuídos pelo campus. A identificação de alguns problemas na divulgação física da campanha (*inter alia* selos indevidamente usados, cartazes afixados de forma precária) levou seus executores a concluir:

A incidência dos fatos leva a uma reflexão no sentido de que pode ter havido algumas falhas na implantação da campanha tais como: insuficiência de informação na orientação, por escrito, que acompanhou a distribuição do material impresso; falta de uma equipe de pessoas para auxiliar as diversas unidades da UFSCar, no momento da afixação do material; falta de um trabalho preliminar enfatizando a importância da campanha para aumentar a motivação das pessoas em colaborar mais efetivamente (DE ANDRADE E BAUMGARTNER, 2001, P.2. ANEXO IV).

Indagações e Objetivos da pesquisa

O projeto de pesquisa, ainda em andamento, e contando com a participação de um bolsista financiado pelo Programa Institucional de Bolsa de Iniciação Científica (PIBIC-CNPq), do curso de Biblioteconomia e Ciência da Informação da UFSCar, propõe-se tomar como ponto de partida um aspecto que foi identificado pelos idealizadores do PERENE como fundamental à sua sustentabilidade: a avaliação, para possibilitar o *feedback* necessário ao aperfeiçoamento e possível adaptação a outras campanhas que venham a ser lançadas no campus. Nosso pressuposto aqui é, então, que os problemas físicos identificados no levantamento preliminar já apontam problemas de ordem cultural, relacionados à instituição, que merecem ser aprofundados através de uma pesquisa qualitativa.

Influenciado por uma tendência acadêmica que procura saber o que os cidadãos comuns acham da importância atribuída à sua participação e colaboração (por exemplo, nos documentos oficiais que promovem a sustentabilidade, como a *Agenda 21*) para garantir o sucesso das estratégias de sustentabilidade (BURGESS *et al.*, 1988a;1988b; MACNAGHTEN *et al.*,1995; HINCHLIFFE, 1996; MACNAGHTEN e JACOBS, 1997), o presente projeto será norteado pela seguinte indagação: dado que a participação e colaboração dos vários grupos de empregados é considerada fundamental para o sucesso do PERENE no âmbito da UFSCar, e dado que a campanha educacional do PERENE visava estimular e fomentar aquela participação, não seria importante saber o que esses grupos de empregados pensam da campanha educacional?

Como notam Myers e Macnaghten (1998), subjacente a muitas campanhas que procuram recrutar a participação para sustentabilidade existe um modelo implícito da

comunicação como sendo a mera transferência da informação entre a organização e o público, transferência esta que pode falhar se, *inter alia*, as pessoas não estão cientes do grau da ameaça, ou estão cientes, mas as mensagens não são suficientemente claras ou simples, ou ainda se as pessoas não reconhecem as ameaças como uma preocupação delas, ou se, mesmo reconhecendo as ameaças com preocupação, as pessoas perderam fé nas instituições que veiculam as informações ou pelas quais suas ações teriam que ser canalizadas, e assim por diante. Um abordagem que problematiza esses processos comunicativos da informação, necessariamente, teria que levar em consideração esses fatores, além do fato que o processo comunicativo é multidimensional, interagindo com uma rede complexa de valores, atitudes, comportamentos e valores da cultura organizacional à qual o receptor da mensagem pertence. Como nos lembra Barraza (2001, p.153), “as percepções e atitudes não existem em isolamento dentro do indivíduo. Geralmente têm vínculos com componentes de outras atitudes e com níveis mais profundos de sistemas de valores dentro da pessoa.” Há de se lembrar também que atitudes expressos são mutáveis, dependendo muito do contexto no qual são eliciadas, e dos processos sociais e culturais (valores) em operação pelos quais os grupos do público vêm a entender os problemas ambientais, por exemplo (BURGESS, HARRISON, FILIUS, 1998), e que haverá uma relação direta entre esse entendimento construído e sua tradução em práticas individuais e coletivas dentro de uma instituição.

Objetivos

Especificamente no que se refere à questão da comunicação em campanhas educacionais, esta última constatação por sua vez suscita os **objetivos** da pesquisa:

- determinar como as pessoas relacionam a questão do consumo de energia a suas vidas e rotinas cotidianas na instituição/organização;
- examinar como as pessoas responderam às exortações para participar do programa de poupar energia em âmbito institucional;
- examinar como as pessoas interpretaram as informações, e se e como as avaliam em relação a sua fonte e autoria;
- identificar e caracterizar os significados pessoais, culturais e sociais da conservação de energia para grupos distintos de pessoas dentro da UFSCar, tais como expressos na conversa cotidiana.
- revelar até que ponto os valores dos diferentes grupos identificados estão refletidos nas políticas de planejamento e gestão existentes na instituição.

Em resumo, a pesquisa é guiada pela idéia central de que as forças que movem os atores sociais raramente são tão claras quanto sugerem os papéis a eles atribuídos: se os contextos sociais e culturais não forem levados em suficiente consideração, a comunicação de “informações ambientais” e as convocações à participação e colaboração em iniciativas visando à sustentabilidade, serão limitadas na sua eficácia de mudar as atitudes, valores e comportamentos. Como nota Sorrentino (1999, p.6), “Todo processo educacional deve voltar-se para a realidade do público ao qual se destina.” Em resumo, para não comprometer a viabilidade das práticas sendo promovidas em campanhas, é preciso dar atenção às condições que circunscrevem a intencionalidade humana, bem como aos fatores que as motivam a se engajarem ou não em tais práticas (FURNIVAL, 2001).

Operacionalização metodológica

Optou-se por empregar o procedimento de grupos focais (GFs), que podem ser descritos como um tipo de entrevista em grupo, um método particularmente favorecido

para a análise da recepção de informações e mensagens da mídia (MACGREGOR e MORRISON, 1995) e cada vez mais, no âmbito de *marketing* na avaliação e *feedback* de produtos e programas (KRUEGER, 1994). Krueger (*op.cit.*, p.3 e p.6) define um GF como:

uma discussão cuidadosamente planejada com o objetivo de obter as percepções sobre uma área de interesse definida (...) Os GFs podem melhorar o planejamento e *design* de novos programas, prover os meios de avaliar programas existentes, e produzir *insights* para desenvolver novas estratégias de *marketing*.

Os proponentes deste procedimento metodológico enfatizam que a força dele repousa no seu pressuposto básico de que o indivíduo é, acima de tudo, um ser *social*, constituído através de uma rede de informações e processos de comunicação nas quais vivem e trabalham, o que implica que as opiniões, atitudes e percepções que as pessoas têm são, em grande medida, formuladas através da *interação* com outras pessoas, e não em isolamento.

Diz Krueger (*op.cit.*, p.11):

As pessoas podem precisar ouvir as opiniões de outros antes que formam sua própria ponto de vista. Embora algumas opiniões possam ser formuladas rapidamente e mantidos com certeza absoluta, outras opiniões são maleáveis e dinâmicas.

Um dos objetivos principais da pesquisa qualitativa é explorar as realidades das vidas cotidianas como são experimentadas e explicadas pelas pessoas que as vivem, e o procedimento de GFs vem ao encontro deste objetivo, permitindo aos participantes e pesquisadores explorarem juntos o contexto relacional dos valores dos indivíduos no grupo (BURGESS, LIMB e HARRISON, 1988; KITZINGER, 1994). Embora os GFs não possam reproduzir fielmente a situação na qual o indivíduo recebe a mensagem de um cartaz ou *folder* de uma campanha, podem eliciar e ter acesso às falas informais sobre os argumentos e exortações da campanha. Como notam Myers e Macnaghten (1998, p.337):

Como os argumentos da sustentabilidade crucialmente envolvem as relações aos outros membros de uma comunidade (...) os GFs provêm uma resposta (*response*) mais rica e válida de que uma enquete ou entrevista individual. As discussões não apenas nos dizem como as pessoas respondem a argumentos específicos, mas também como vinculam a linguagem dos *folders* à linguagem das suas próprias discussões.

Desenvolvendo uma estratégia interpretativa

A realização dos seis GFs previstos (com estudantes, funcionários de várias categorias, docentes e pesquisadores não-docentes) gerará uma massa de texto *verbatim* gravado, captando as construções discursivas dos participantes sobre a campanha educacional do PERENE. Esse corpo de texto terá que ser transcrito, interpretado e representado pelos pesquisadores. Dado esse enfoque em “identificar os processos pelos quais as pessoas descrevem, explicam e/ou compreendem o mundo” (SPINK e MEDRADO, 1999, p.60), e no caráter central nesta pesquisa, da linguagem falada (no sentido de que ela equivale à ferramenta e ao objeto da pesquisa), aspectos do arcabouço conceitual da teoria e análise do discurso para a análise das construções lingüísticas levantadas na pesquisa de campo serão adotados, tomando os *atos discursivos* como a realidade a ser estudada (MULKAY *et al.*, 1983; POTTER e WETHERELL, 1987; BILLIG, 1991; WOOLGAR, 1996), porque, como notam Spink e Frezza (1999, p.38), “o ato discursivo é tão produtor de realidade quanto qualquer ação concreta”. Ao prestar a atenção ao uso da linguagem na emissão de opiniões,⁴ a análise de discurso revela que as pessoas não dispõem de uma atitude única, mas usam padrões de fala às vezes contraditórios e sempre complexos, que desempenham uma *função* discursiva. Para a análise, espera-se gerar um sistema de codificação das

4 O que *não* quer dizer que, ao adotar uma ótica de análise de discurso, deve-se focalizar excessivamente as minúcias da interação e construção lingüística. O peso na perspectiva discursiva está no contexto da emissão da construção discursiva (Spink e Frezza, 1999).

unidades discursivas semelhante àquele desenvolvido por Jovchelovitch (2000) no seu estudo qualitativo das representações sociais e esfera pública, no qual também empregou o procedimento de GFs.

Cabe ressaltar que o preceito central ao trabalho com GFs é que a prioridade é dada à linguagem e aos conceitos dos participantes dos grupos, aos *seus* arcabouços interpretativos para compreender o mundo. É nesse sentido – o de procurar captar não apenas o *que* as pessoas pensam sobre o assunto sob escrutínio, mas *como* pensam e *por que* pensam de uma forma ou de outra – que podemos começar a visualizar um *feedback* qualitativo que possa subsidiar a geração e *design* de novas campanhas educativas para a sustentabilidade no *campus* da UFSCar.

Até agora, foram realizados oito GFs, sendo os dois primeiros grupos piloto, para testar a metodologia que estava sendo utilizada pela primeira vez. O bolsista atuou como moderador dos GFs, para diminuir a possibilidade de inibir os participantes, o que poderia ter acontecido se as pesquisadoras-docentes tivessem assumido esse papel. Os seis GFs que serão usados na análise tiveram a seguinte configuração:

- Três grupos de alunos (1: três integrantes, 2: cinco integrantes, 3: cinco integrantes);
- Dois grupos de funcionários (1: cinco integrantes, 2: seis integrantes);
- Um grupo de “patrulheiros” (cinco integrantes)

Todas as conversas dos GFs foram gravadas digitalmente ou em fita, e subsequentemente transformadas em formato MP3 e gravadas em CD, para facilitar as transcrições que ocorriam diretamente no computador.

A última etapa é constituída pela transcrição dos grupos. Trabalho vagaroso e difícil, que encontra-se ainda em andamento. Para otimizar esse trabalho, está sendo utilizado o programa *Via Voice*, resultando numa primeira versão transcrita das falas, para posterior

conferência e análise.

Análise Preliminar

A análise dos resultados, obtidos até o momento, apontam para o fato de que existem certas reservas no que diz respeito à possibilidade do PERENE instigar as mudanças de comportamento dos integrantes da comunidade universitária vistas como necessárias para uma substancial economia de energia elétrica.

Várias referências foram feitas em todos os GFs à “falta de credibilidade” da campanha PERENE, devido a sua associação com o “apagão” que, coincidentemente, surgiu no mesmo momento. Através da análise da imprensa nacional, percebeu-se que o “apagão” teve como contexto um *feeling* nacional de desconfiança política e econômica, ocasionada pelas investigações em torno de notícias/episódios sobre corrupção de políticos e também os aumentos de preços e a alta da moeda americana, afetando a vida cotidiana de todas as classes sociais. Diante disso, aceitando que a imprensa tem grande poder de alterar a opinião pública, essa coincidência de eventos tornou-se um dos fatores relevantes para a análise.

No âmbito institucional, e como colocado nos GFs, a credibilidade do PERENE também foi comprometida por uma percebida falta de modelos de comportamento, por parte das Chefias e da alta Administração, coerentes com as mensagens e informações veiculadas na campanha para economizar a energia. Isto é, a questão de confiança institucional, primeiramente levantado por Douglas e Wildavsky (1983), junto com aquela dos “filtros de interpretação” da informação de campanhas, aos quais se referem Macnaghten *et al.* (1995), já se apresentam como categorias analíticas relevantes. Tais tipos de colocações nos farão refletir muito no presumido poder da informação em mudar

comportamentos. O modelo linear de “fornecer a informação certa” sobre um dado problema, e esperar que as pessoas agirão da forma sugerida pelo conteúdo informacional, é ingênua e subestima a relevância da percepção da fonte detida pelo receptor do conteúdo, e do seu entendimento da sua própria capacidade de mudar as coisas – sua “agency” (MAYER, 1998; GROVE-WHITE *et al.* 2000).

Considerações finais

A pesquisa em andamento aqui apresentada visa contribuir ao debate em torno de questões relacionadas ao potencial papel da informação em campanhas e políticas visando o desenvolvimento sustentável. Espera-se que a análise dos dados qualitativos levantados nos Grupos Focais, permita uma melhor apreciação da complexidade dos processos de “educar” para mudanças de comportamento, sobretudo quando tais processos se baseiam na circulação de informações num dado contexto institucional, já permeado por suas redes sócio-culturais nas quais são formadas as opiniões e relacionados comportamentos. O desafio se torna, então, um de sintonizar a informação com essas redes, para que possa suscitar os efeitos e comportamentos tão almejados.

Referências

ALABASTER, T; BLAIR, D. Greening the university. In: HUCKLE, J. & STERLING, S. **Education for sustainability**. London: Earthscan Publications, 1996, pp. 86-104.

BARRAZA, L. Perceptions of social and environmental problems by English and Mexican school children. **Canadian Journal of Environmental Education**, 6, Spring 2001, pp.139-157.

BILLIG, M. **Ideology and opinions: studies in rhetorical psychology**. London: Sage, 1991.

BRANDON, G; LEWIS, A. Reducing household energy consumption: a qualitative and quantitative field study. **Journal of environmental psychology**. v.19, 75-85, 1999.

BRAVO MERCADO, M. T. Dimensión ambiental y currículum universitario. In: DE ALBA, A. (ORG) **El currículum universitario**. De cara al nuevo milenio. Coyoacán: Universidad Nacional Autónoma de México, 1997, pp.212-219.

BURGESS, J; LIMB, M; HARRISON, C.M. Exploring environmental values through the medium of small groups: 1. Theory and practice. **Environment and planning A**, v.20, p.309-326, 1988.

BURGESS, J; LIMB, M; HARRISON, C.M. Exploring environmental values through the medium of small groups: 2. Illustrations of a group at work. **Environment and planning A**, v.20, p.457-476, 1988.

BURGESS, J; HARRISON, C.M. Environmental communication and the cultural politics of environmental citizenship. **Environment and planning A**, v.30, p.1445-1460, 1998.

COMISSÃO MUNDIAL SOBRE MEIO AMBIENTE E DESENVOLVIMENTO. **Agenda 21**. Rio de Janeiro:, 1992.

CRESPO, S. Educar para a sustentabilidade: a educação ambiental no programa da Agenda 21. In: NOAL. F.O. *et al.* (Org.). **Tendências da educação ambiental brasileira**. Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 1998. p.211-225.

CRESPO, S. **O que o brasileiro pensa do meio ambiente, do desenvolvimento e da sustentabilidade**: pesquisa nacional. Rio de Janeiro: MAST/MMA/ISER, 1997.

DAVIES, B.; HARRÉ, R. Positioning: the discursive production of selves. **Journal for the theory of social behaviour**, v. 20, n. 1, p. 43-63, 1990.

DE ANDRADE e BAUMGARTNER, J. **PERENE: Programa de eficiência e racionalização no uso de energia elétrica** (Relatório Final das atividades bolsa treinamento). São Carlos: UFSCar, 2000.

EDER, K. The institutionalisation of environmentalism: ecological discourse and the second transformation of the public sphere. In: LASH, S.; SZERSZYNSKI, B.;

WYNNE, B. (Ed.). **Risk, environment and modernity**: towards a new ecology. London: Sage, 1996. p. 203-223.

FURNIVAL, A.C.M.; COSTA, L.S.F.; KRAUSS, P.P. Informação para educação ambiental: proposta para criação de um centro de referência. In: **Seminário Ciência e Desenvolvimento Sustentável. Julho de 1997. USP/São Paulo**. São Paulo: Instituto de Estudos Avançados, 1997, pp.301-309.

FURNIVAL, A.C.M. **Investigando o papel de cientistas em estratégias para desenvolvimento sustentável local**: visões e perspectivas da comunidade científica.

Campinas: UNICAMP (Tese de doutorado), 2001.

GAUDIANO, E.G. La dimensión ambiental: convergencia o disyuntiva en el currículum universitario. In: DE ALBA, A. (ORG) **El currículum universitario**. De cara al nuevo milenio. Coyoacán: Universidad Nacional Autónoma de México, 1997, pp.199-204.

GROVE-WHITE, R; MACNAGHTEN, P.; MAYER, S.; WYNNE, B. **Uncertain world**: genetically modified organisms, food and public attitudes in Britain. Lancaster: Lancaster University, 1997.

GROVE-WHITE, R; MACNAGHTEN, P.; WYNNE, B. **Wising Up**: the public and new technologies. Lancaster: Lancaster University, 2000.

HINCHLIFFE, S. Helping the earth begins at home: the social construction of socio-environmental responsibilities. **Global Environmental Change**, v. 6, n. 1, p. 53-62, 1996.

HOWSON, J; CLEASBY, A. Towards a critical media. In: HUCKLE, J. & STERLING, S. **Education for sustainability**. London: Earthscan Publications, 1996, pp.149-161.

JOVCHELOVITCH, S. **Representações sociais e esfera pública**. A construção simbólica dos espaços públicos no Brasil. Petrópolis: Vozes, 2000.

KITZINGER, J. The methodology of Focus Groups: the importance of interaction between research participants. **Sociology of health and illness**. v.16, n.1, 1994, pp.103-121.

KRUEGER, R.A. **Focus groups**. A practical guide for applied research. 2.ed. Thousand Oaks: Sage, 1994.

LAKE, D.C. Waging the war of words: global warming or heating? **Canadian Journal of Environmental Education**, 6, Spring 2001, pp.52-57.

LEFF, H. Ambiente, interdisciplinarietà y currículum universitario: la educación superior en la perspectiva del desarrollo sustentable. In: DE ALBA, A. (ORG) **El currículum universitario**. De cara al nuevo milenio. Coyoacán: Universidad Nacional Autónoma de México, 1997, pp.205-211.

MACGREGOR, B; MORRISON, D.E. From focus groups to editing groups: a new method of reception analysis. **Media, culture and society**. v.17, 1995, p.141-150.

MACNAGHTEN, P.; GROVE-WHITE, R.; JACOBS, M.; WYNNE, B. **Public perceptions and sustainability in Lancashire**: indicators, institutions, participation. Lancaster: Lancaster University, 1995.

MACNAGHTEN, P.; JACOBS, M. Public identification with sustainable development. **Global Environmental Change**, v. 7, n.1, p. 5-24, 1997.

MACNAGHTEN, P.; URRY, J. **Contested natures**. London: Sage, 1998.

MAYER, M. Educação ambiental: de la acción a la investigación. **Enseñanza de las ciencias**, v.16, n.2, 1998, p.217-231.

MORGAN, G. **Imagens da organização**. São Paulo: Atlas, 1996.

MULKAY, M. J.; POTTER, J; YEARLEY, S. Why an analysis of scientific discourse is needed. In: KNORR-CETINA, K, D.; MULKAY, M. (Ed.) **Science observed: perspectives on the social study of science**. London: Sage, 1983. p.171-203.

MYERS, G; MACNAGHTEN, P. Rhetorics of environmental sustainability: commonplances and places. **Environment and planning A**, v.30, p.333-353, 1998.

POTTER, J.; WETHERELL, M. **Discourse and social psychology: beyond attitudes and behaviour**. London: Sage, 1987.

SIERO, F.W.; BAKKER, A.B.; DEKKER, G.B.; VAN DEN BURG, M.T.C. Chaninging organizational energy consumption behaviour through comparative feedback. **Journal of environmental psychology**. v.16, 235-246, 1996.

SORRENTINO, M. Entrevista cedida à *Ação Ambiental* (Universidade Federal de Viçosa) , ano II, n.8, p.5-7, out./nov. 1999.

SPINK, M. J; FREZZA, R. M. Práticas discursivas e produção de sentidos: a perspectiva da Psicologia Social. In: : SPINK, M. J. (Org.). **Práticas discursivas e produção de sentidos no cotidiano: aproximações teóricas e metodológicas**. São Paulo: Cortez, 1999. p.17-40.

SPINK, M. J.; MEDRADO, B. Produção de sentidos no cotidiano: uma abordagem teórico-metodológica para análise das práticas discursivas. In: SPINK, M. J. (Org.). **Práticas discursivas e produção de sentidos no cotidiano: aproximações teóricas e metodológicas**. São Paulo: Cortez, 1999. p.41-61.

UFSCAR (PROGRAD). **Perfil do profissional a ser formado na UFSCar**. São Carlos: UFSCar, 2000.