

DA ALIENAÇÃO À DISSONÂNCIA: ESTRATÉGIAS DISCURSIVAS, INOVAÇÃO E O ABISMO DA CONSCIÊNCIA CLIMÁTICA NA COP30 SOB A ÓTICA DO ESG

JÚLIO CÉSAR PEREIRA DA SILVA; DIOGO AMORIM DE ARAÚJO

RESUMO

A gestão da comunicação ambiental e corporativa no Brasil vive um paradoxo que desafia as premissas do ESG. Enquanto o Brasil lidera a preocupação climática global (Ipsos, 2024), impulsionado por extremos climáticos tangíveis, corporações e mídia hegemônica mantêm narrativas focadas no desenvolvimento fóssil. Este artigo analisa os aspectos estratégicos do controle discursivo, comparando a "Agnotologia por omissão", observada historicamente na cobertura do Porto de Suape (PE), com a "Agnotologia por dúvida", presente na liberação de exploração de petróleo na Margem Equatorial às vésperas da COP30. Metodologicamente, adotamos a Revisão Bibliográfica Crítica e a Análise de Conteúdo (Bardin, 1977), triangulando dados de percepção pública com a Análise Crítica do Discurso (Van Dijk, 2015) e a Semiótica (Greimas, 1979). Os resultados evidenciam que a inovação das mídias digitais rompeu o monopólio da informação. A audiência atua hoje como contrapoder, exigindo transparência e rejeitando simulacros de greenwashing. Conclui-se que a autêntica governança ESG exige que a gestão e o jornalismo abandonem a produção da ignorância, adotando a Transparência Radical para garantir o bem-estar epistêmico da sociedade.

Palavras-chave: Gestão Estratégica; Inovação Digital; ESG; Agnotologia; Discurso e Poder.

1 INTRODUÇÃO

A crise climática contemporânea transcende a esfera estritamente biofísica para configurar-se, de modo central, como uma disputa de narrativas mediada por complexas estruturas de poder. Neste cenário, a comunicação não atua apenas como canal de transmissão de dados, mas como um autêntico campo de batalha simbólico no qual "verdades" são socialmente construídas, validadas ou estrategicamente ocultadas. O recente Relatório de Riscos Globais publicado pelo Fórum Econômico Mundial (WEF, 2025) alerta que os eventos climáticos extremos e o colapso

dos ecossistemas constituem a principal ameaça à humanidade para a próxima década. No entanto, a comunicação hegemônica e as práticas corporativas no Brasil mantiveram, historicamente, uma postura de dissociação entre o desenvolvimento econômico e estes riscos vitais.

Vivemos, atualmente, um paradoxo discursivo que fere os princípios da governança sustentável e da responsabilidade social corporativa. A literatura acadêmica sobre o modelo ESG (Environmental, Social, and Governance), cujas bases remontam ao Triple Bottom Line (Tripé da Sustentabilidade) cunhado por John Elkington (1997), aponta que o verdadeiro desenvolvimento exige alinhamento total entre o propósito da organização e seus impactos materiais na sociedade. Para os teóricos contemporâneos da gestão sustentável, como George Serafeim (2022), a autêntica adoção do ESG não tolera o mascaramento de falhas sociais e ambientais ou a assimetria de informações gerada pelo greenwashing. Contudo, em oposição a esses princípios éticos e à consciência civil aguçada revelada pela pesquisa da Ipsos (2024) — que colocou o Brasil na liderança global da preocupação climática —, o discurso oficial (mídia hegemônica e corporações) insiste em enquadrar a exploração de combustíveis fósseis e megaprojetos industriais sob o signo de um "progresso" inquestionável.

Diante disso, este trabalho tem como objetivo central analisar como a ascensão da consciência pública forçou a mídia e as instituições a migrarem de uma estratégia organizacional de Agnotologia por omissão (característica da cobertura do Complexo de Suape em 2012) para uma Agnotologia por polarização e dúvida (observada atualmente no enquadramento da exploração na Margem Equatorial às vésperas da COP30). Secundariamente, busca-se investigar como as inovações tecnológicas e o ecossistema digital conferiram à audiência o papel de "antissujeito" auditor, capaz de desconstruir a maquiagem verde institucional em tempo real.

O estudo justifica-se pela urgência de realinhar as práticas de gestão estratégica, de jornalismo e de design da informação às demandas de uma sociedade que já sofre os impactos materiais da crise climática. A compreensão destes mecanismos de controle de percepção é o primeiro passo para o estabelecimento de uma "Transparência Radical", fundamento essencial para uma governança (o pilar "G" do ESG) que respeite a ética e o bem-estar epistêmico.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

A análise da comunicação corporativa e midiática enquanto ferramenta de manutenção ou ruptura de hegemonias requer uma abordagem interdisciplinar. Para tanto, este estudo estrutura-se sobre um tripé teórico que abrange a Sociocognição, a Semiótica e a Ética e Governança da Informação.

2.1 Discurso, Poder e Controle da Mente

Na base da Análise Crítica do Discurso (ACD), Teun A. van Dijk postula que o discurso é o principal instrumento utilizado pelas elites simbólicas para o exercício e a reprodução do poder. O abuso de poder consolida-se através do acesso privilegiado ao discurso público, influenciando não apenas o que se diz, mas o que o público deve pensar (Van Dijk, 2015). A ideologia opera por meio de uma cognição social compartilhada, gerando a polarização estrutural entre o "Nós" (endogrupo, associado ao desenvolvimento, à racionalidade e à geração de riqueza) e o "Eles" (exogrupo, frequentemente rotulado como entrave ao progresso). No contexto da gestão de megaprojetos, o "controle da mente" (Van Dijk, 2008) traduz-se na imposição de uma semântica da fatalidade econômica: a exploração fóssil é apresentada não como uma escolha corporativa de alto risco, mas como um destino inevitável para a soberania da nação.

2.2 Semiótica Discursiva e os Simulacros de Veridicção

Para desconstruir a arquitetura interna destas mensagens de gestão, recorreremos à Semiótica Discursiva de Algirdas J. Greimas. Segundo Greimas e Courtés (1979), a comunicação funda-se sobre um contrato fiduciário, um pacto implícito de confiança. Na comunicação ambiental corporativa pautada no greenwashing, o enunciador projeta "efeitos de sentido de verdade", os chamados simulacros. Cria-se um hiato entre o Ser (a realidade material, os passivos socioambientais) e o Parecer (o discurso higienizado dos relatórios de sustentabilidade). Quando a dissonância entre esses dois polos torna-se incontornável, o stakeholder (consumidor, cidadão, leitor) deixa de ser passivo e assume a função actancial de Antissujeito. Nas plataformas de inovação digital, esse antissujeito rompe o contrato de veridicção e expõe publicamente a fratura ética do discurso institucional.

2.3 Agnotologia: A Ignorância como Produto Estratégico

O ocultamento de informações organizacionais sobre riscos sistêmicos não é um erro acidental de gestão. Robert Proctor, em seus estudos sobre a Agnotologia (Proctor; Schiebinger, 2008),

define-a como o estudo da produção cultural da ignorância. Longe de ser apenas a ausência de conhecimento, a ignorância é fabricada estrategicamente pelas corporações sob a premissa de que "a dúvida é o nosso produto". As instituições fomentam polêmicas artificiais ou censuram dados operacionais e de impacto para paralisar a reflexividade pública e atrasar a regulação social sobre ameaças iminentes, protegendo o status quo econômico.

2.4 Dimensões Éticas do Design da Informação e ESG

O aparato visual e o design de interfaces que dão suporte a esses discursos organizacionais não são neutros. Correll (2019), ao investigar as dimensões éticas da visualização de dados, adverte que o design estratégico atua ativamente na moldagem da percepção de valor. Omitir informações territoriais, mascarar passivos em relatórios ESG ou adotar padrões visuais de greenwashing são extensões da Agnotologia institucional. O design ético exige o desenvolvimento de uma "Experiência do Usuário Sustentável" (Sustainable UX), na qual a transparência da governança não seja optativa, mas o alicerce da comunicação de resultados (Serafeim, 2022)

3 METODOLOGIA

A presente pesquisa caracteriza-se como de natureza qualitativa e descritiva, voltada para a elucidação da relação dinâmica entre a estratégia de comunicação hegemônica e a percepção social. O desenho metodológico baseia-se na Revisão Bibliográfica Crítica e na técnica de Análise de Conteúdo estruturada por Laurence Bardin (1977). Para responder aos critérios de robustez e afastar vieses interpretativos, estruturamos um protocolo analítico rigoroso dividido em três fases operacionais:

Passo 1: Definição do corpus e critérios de amostragem

A triangulação de dados combinou fontes históricas, relatórios institucionais e netnografia. Os dados secundários para o contraponto histórico foram extraídos de Silva (2013) sobre a cobertura midiática de Suape. Para o cenário contemporâneo, a amostragem englobou relatórios globais (WEF, 2025; Ipsos, 2024; MMA, 2012) e a extração de um corpus primário com 16.226 comentários. A coleta e extração destes dados ocorreram de forma integralmente manual, diretamente das postagens nos perfis oficiais das organizações no Instagram. Esse levantamento foi realizado entre os meses de outubro e dezembro de 2025, período escolhido intencionalmente por abranger as fases fundamentais de pré, durante e pós COP30. A seleção

dos perfis institucionais e midiáticos (@cnnbrasil, @portalg1, @ipcc, etc.) baseou-se nos critérios de maior volume de circulação nacional e no alto grau de engajamento nos debates climáticos.

Passo 2: Conversão Teórica e Processamento via IAG

A densidade da fundamentação teórica foi ativamente traduzida em categorias analíticas operacionais. O conceito de "Agnotologia" e a manutenção da narrativa oficial das corporações deram origem à categoria analítica **Hegemonia** (discursos favoráveis ou alinhados). Em contrapartida, a atuação reativa e auditora do "Antissujeito" (baseada na Semiótica de Greimas) norteou a categoria **Dissonância** (discursos contrários e de desconstrução). Devido à coleta manual de um volume massivo (16.226 comentários), o processamento inicial e a triagem rápida destas duas categorias contaram com o auxílio da Inteligência Artificial Generativa Gemini 1.5 Flash. A IAG não gerou dados, funcionando estritamente como interface de classificação probabilística e garantindo a anonimização integral dos usuários.

Passo 3: Procedimentos sistemáticos de validação humana

Para mitigar os vieses interpretativos inerentes aos processos automatizados e consolidar a confiabilidade da Análise de Conteúdo, aplicamos uma sistemática verificação humana. A validação das categorias foi executada de forma independente por dois pesquisadores distintos, que realizaram uma checagem cruzada em uma amostra aleatória de 15% do corpus total classificado. Esta curadoria manual rigorosa teve o objetivo central de corrigir falsos positivos e refinar ambiguidades semânticas, com foco especial no tratamento científico de comentários contendo ironia e sarcasmo, elementos típicos da linguagem de rede que frequentemente escapam à precisão algorítmica

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

A transição da cobertura do Complexo de Suape para o atual debate sobre a Margem Equatorial expõe uma profunda inovação na competência analítica da sociedade e uma correspondente adaptação tática na gestão estratégica das organizações

4.1 O Paradigma da Omissão e o Falso Consenso (Caso Suape, 2012)

Em 2012, a expansão do Complexo Industrial Portuário de Suape foi operada, sob o aspecto da comunicação e relações públicas, por uma estrita Agnotologia por omissão. O jornalismo hegemônico atuou em alinhamento com os stakeholders corporativos, priorizando a pauta de atração de capital em detrimento dos riscos existenciais locais. O discurso pautou-se na

semântica da euforia ("geração de emprego", "riqueza", "avanço"), silenciando os custos ambientais inegociáveis, como a supressão de manguezais e a remoção de comunidades tradicionais (Silva, 2013)

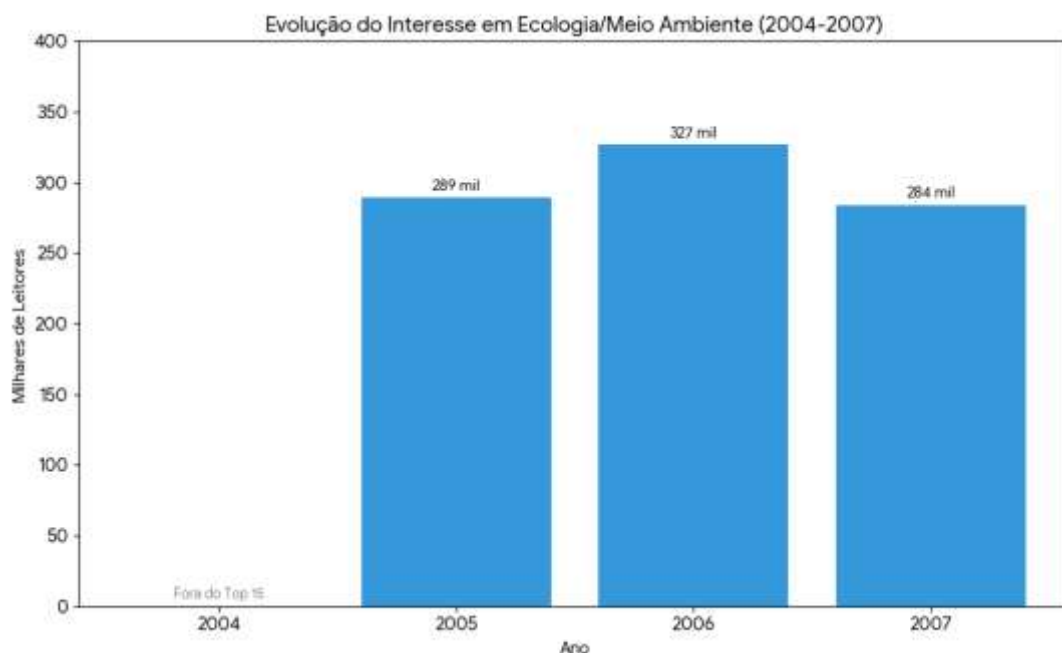
A Tabela 1 e a representação do Gráfico 1 ilustram a assimetria na cobertura jornalística da época, onde a ênfase na economia ofuscava quase que inteiramente as pautas ambientais.

Tabela 1 - Recorte Temático das Abordagens sobre "Suape" no JC Online (2012)

Assuntos Principais Abordados sobre Suape (2012)	Total de Menções	Seção Dominante
Conflitos Trabalhistas (Greves, etc.)	42	Economia
Investimentos em Pernambuco	36	Economia
Trânsito / Transporte e Construção Civil	27	Economia e Cidades
Debate Ambiental em Suape	11	Economia / Outros
Problemas Ambientais	02	Ciência e Meio Ambiente

Fonte: Elaborado com base nos dados de Silva (2013).

Gráfico 1 (Representação) - Evolução do interesse dos leitores em Ecologia/Meio Ambiente (2004-2007)



Marketing do Jornal do Commercio (Silva, 2013).

Neste contexto de gestão comunicacional centralizada, o acesso ao discurso público (Van Dijk, 2015) era uma via de mão única. Contudo, a ausência de questionamento não provinha da alienação total da população. Os dados do Ministério do Meio Ambiente (MMA, 2012) já indicavam o "Meio Ambiente" como o sexto maior problema do país. O aparente consenso social era, portanto, subproduto de uma barreira discursiva imposta pelas elites, configurando uma severa falha nos pilares "S" (Social) e "G" (Governança) das organizações envolvidas.

4.2 A Ruptura Epistêmica: Tangibilidade e Inovação Digital

Esse modelo de controle da percepção tornou-se insustentável na década atual devido à inovação comportamental e à gravidade física da crise. Segundo a pesquisa What Worries the World (Ipsos, 2024), 23% dos brasileiros apontam a ameaça ambiental como a prioridade máxima urgente da nação. Esse pico de preocupação foi validado pela "tangibilidade" dos riscos: as inundações no Sul do Brasil transportaram o colapso climático de uma métrica abstrata para um risco imediato à vida e à economia. O Relatório de Riscos Globais (WEF, 2025) confirmou a percepção social, oficializando os extremos climáticos como o principal fator de ruptura econômica de curto e longo prazo. Somado a este cenário de hipervigilância, a inovação das plataformas digitais corroeu a unilateralidade corporativa. O consumidor silenciado transformou-se em um auditor dotado de ferramentas de rede, capaz de exigir práticas autênticas de ESG.

4.3 O ESG na Vitrine: Agnotologia da Dúvida e o Contrapoder (COP30)

Incapazes de ocultar o risco climático diante da catástrofe tangível e das métricas globais, as organizações migraram de tática para o debate da Margem Equatorial e da COP30, utilizando a Agnotologia por dúvida e polarização. A contradição aguda entre sediar o maior evento de sustentabilidade da ONU e, simultaneamente, buscar licenças para novas fronteiras de petróleo na Foz do Amazonas é enquadrada oficialmente não como uma falha de responsabilidade ambiental, mas como uma mera "disputa política".

Entretanto, as estratégias de Gestão da Inovação mostram que o digital não perdoa simulacros. Nas redes sociais, os usuários exercem um severo contrapoder. Atuando como Antissujeito na disputa narrativa (Greimas, 1979), a sociedade ataca ativamente a falsidade do enquadramento, conforme evidenciado na proporção de engajamento da Tabela 2 e Gráfico 2.

Tabela 2 - Engajamento Consolidado no Instagram (Contrapoder vs. Hegemonia)

Perfil / @ do Canal	Qtd. Posts	Total Comentários	Contrário (Dissonância)	Favorável (Hegemonia)	% Dissonância	Top 1 Rótulo de Desconstrução
@cnnbrasil	21	5.861	5.734	127	97,8%	Vitimismo de Gestão
@portalg1	18	3.522	3.374	148	95,8%	Desorganização Milionária
@bbcbrasil	6	1.956	1.791	165	91,6%	Termômetro Competitivo
@jornaldarecord	7	1.834	1.792	42	97,7%	Segurança de Grife
@folhadespaulo	15	1.628	1.514	114	93,0%	Ceticismo Histórico
@portalr7	12	985	940	45	95,4%	Anacronismo Político

@ipcc (ONU)	15	154	135	19	87,7%	Ecocídio na Lista VIP
@undp (ONU)	13	127	125	2	98,4%	Sequestro de Pauta
@mma_gov_br	11	112	94	18	83,9%	Marketing para Leigos
@onubrasil	10	47	33	14	70,2%	Autoafirmação Institucional
TOTAL GERAL	134	16.226	15.532	694	95,7%	Dissonância Climática Geral

Fonte: Elaborado pelos autores.

Gráfico 2 – Sentimento Global

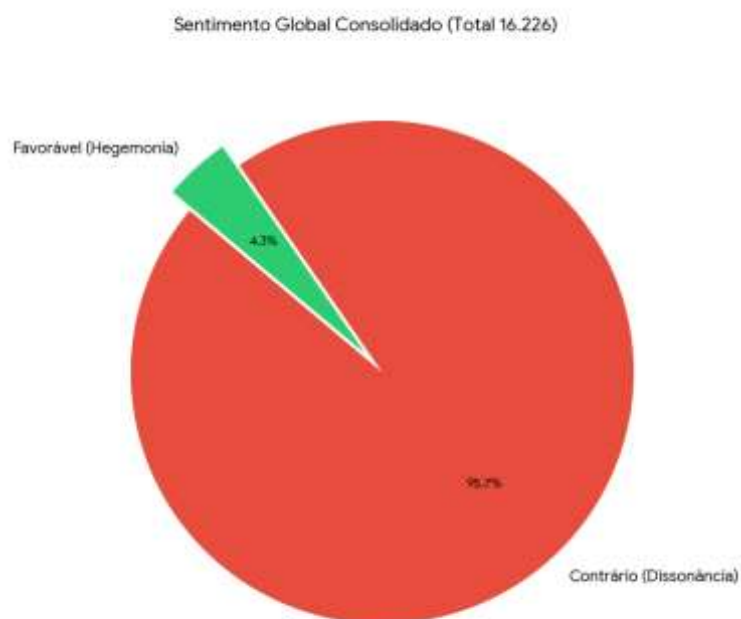


Gráfico 2 (Representação) - Pizza Global de Legitimidade da COP30

- **95,7% - Desconstrução / Dissonância:** Audiência atua como antissujeito, rejeitando o simulacro e apontando falhas (ex: uso de geradores a diesel, custos sociais).
- **4,3% - Hegemonia / Favorável:** Audiência passiva que age como eco da narrativa organizacional oficial. *Fonte: Elaborado pelos autores.*

A consolidação da Dissonância Climática em quase a totalidade (95,7%) dos comentários comprova o colapso estratégico do greenwashing. As publicações que as corporações rotulam de sustentáveis sofrem rigorosas auditorias coletivas. O "ser" material desmente o "parecer" digital. Ao mascarar contradições físicas com interfaces ou design de linguagem higienizados, comete-se uma violência epistêmica (Correll, 2019) que destrói a essência da governança sustentável e abala irreparavelmente a reputação corporativa.

5 CONCLUSÃO

A comunicação corporativa, a mídia e a gestão de megaprojetos falham de forma sistêmica quando se recusam a acompanhar a evolução da consciência de seus stakeholders. A transição histórica entre a cobertura do projeto de Suape e o atual contexto da COP30 revela um profundo abismo de valores organizacionais: enquanto a sociedade civil demanda mitigação urgente para riscos existenciais, a hegemonia discursiva continua operando o controle de danos ofertando uma retórica econômica defasada.

A inovação das plataformas digitais reestruturou o acesso ao poder, fraturando o controle unívoco da informação institucional. O cidadão e o consumidor operam hoje como auditores contínuos do compromisso público corporativo. As táticas de Agnotologia — sejam por censura histórica (Suape) ou fabricação artificial de polarização (Margem Equatorial) — convertem-se em provas autoevidentes de greenwashing que são denunciadas em tempo real.

Conclui-se, portanto, que a autêntica incorporação do modelo ESG exige o abandono irreversível das táticas manipulativas e da Agnotologia. Como postula Serafeim (2022), uma governança (o pilar "G") voltada ao propósito não sobrevive à base da opacidade e da ilusão

referencial. As áreas de Gestão Estratégica, Relações Públicas, Jornalismo e Design Estratégico devem assumir o imperativo ético inegociável da Transparência Radical. Expor as contradições organizacionais e operacionais da transição energética de forma honesta, respeitando o ecossistema, não é um risco de imagem, mas a única política sustentável para restabelecer o contrato de confiança com uma sociedade que se encontra em absoluto alerta máximo.

REFERÊNCIAS

- BARDIN, Laurence. Análise de conteúdo. Lisboa: Edições 70, 1977.
- CORRELL, Michael. Ethical dimensions of visualization research. In: Proceedings of the 2019 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems. Glasgow: ACM, 2019. p. 1-13.
- ELKINGTON, John. Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line of 21st Century Business. Oxford: Capstone, 1997.
- FÓRUM ECONÔMICO MUNDIAL (WEF). The Global Risks Report 2025. Genebra: World Economic Forum, 2025.
- GREIMAS, Algirdas Julien; COURTÉS, Joseph. Dicionário de Semiótica. São Paulo: Contexto, 1979.
- IPSOS. What Worries the World. Paris: Ipsos Public Affairs, 2024.
- MINISTÉRIO DO MEIO AMBIENTE (MMA). O que o brasileiro pensa do Meio Ambiente e do Consumo Sustentável. Brasília: MMA, 2012.
- PROCTOR, Robert N.; SCHIEBINGER, Londa (Eds.). Agnotology: the making and unmaking of ignorance. Stanford: Stanford University Press, 2008.
- SERAFFEIM, George. Purpose and Profit: How Business Can Lift Up the World. Nova York: HarperCollins Leadership, 2022.
- SILVA, Júlio César Pereira da. A questão ambiental de Suape no discurso jornalístico do Jornal do Commercio e Diário de Pernambuco no ano de 2012. 2013. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Ciências Sociais) - Universidade Federal Rural de Pernambuco, Recife, 2013.
- VAN DIJK, Teun Adrianus. Discurso e Poder. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2015

APÊNDICE – USO DE IAG NESTA PESQUISA

Em conformidade com os princípios de transparência e ética acadêmica da II Jornada GEST, os autores declaram que esta pesquisa utilizou ferramentas de Inteligência Artificial Generativa (IAG) conforme detalhado abaixo:

1. **Ferramentas Utilizadas:** Modelo Gemini 1.5 Flash (Google) operando como Chatbot de processamento de linguagem natural.
2. **Dados e Treinamento:** O modelo utilizado foi treinado pela Google em um vasto conjunto de dados multimodais públicos. Os autores não forneceram dados privados para treinamento do modelo, utilizando-o estritamente como interface de processamento.
3. **Emprego da Ferramenta na Pesquisa:** A IAG foi empregada especificamente na etapa de Análise de Dados, operando como suporte metodológico para a Análise de Conteúdo:
4. **Processamento:** A ferramenta foi utilizada para processar e organizar uma base de dados brutos (comentários de usuários sobre a COP30). A IAG apenas acelerou a triagem do volume de dados que foram coletados manualmente e ativamente pelos autores entre os meses de outubro e dezembro de 2025, respeitando integralmente a anonimização dos perfis envolvidos.
5. **Categorização e Supervisão Humana:** Solicitou-se à IAG a classificação automatizada nas categorias de Hegemonia e Dissonância. Posteriormente, os autores realizaram a conferência minuciosa por amostragem das categorizações geradas, corrigindo falsos positivos e interpretações ambíguas (como ironia ou sarcasmo), garantindo assim a originalidade e a qualidade do rigor científico.