

# Comunicação e Cultura de Sustentabilidade

*José Renato Santiago*

22/08/2012

# Estruturação de um Entendimento Real e Prático

*Nos últimos anos é destacado o aumento da relevância dos conceitos que suportam a Sustentabilidade.*

*Dentro do mercado corporativo, o aumento desta importância se deve de forma direta a dois atores: Empresas e Pessoas.*

# Forte associação com:



# O uso extremo de elementos óbvios pode proporcionar:

*Distanciamento com relação as atividades;*

*Transferência de Responsabilidade (talvez indevida);*

*Descrença quanto a existência de potenciais ações práticas;*

# O uso extremo de elementos óbvios pode proporcionar:

*Pensamento de “...mais do mesmo...”;*

*Subvalorização da Sustentabilidade;*

*Falta de Motivação e Energia para buscar a mudança e inovação;*

# Ideias, Discussões, Inovações

***O levantamento de questões, discussões de ideias e compartilhamento de boas práticas contribuem de maneira significativa para que as pessoas e suas organizações passem a considerar efetivamente a relevância desta cultura da sustentabilidade.***

# As pessoas fazem a diferença



***Firmar o entendimento  
que as empresas  
passaram a identificar a  
importância dos aspectos  
voltados para a  
Sustentabilidade, através  
das pessoas.***

# Dúvidas emergentes...

***O quanto a empresa está  
realmente interessada em ser  
sustentável?***

***Ou o que existe é apenas certo  
interesse comercial?***

***Enfim, trabalhar a  
sustentabilidade, dá lucro?***





# Talvez a principal barreira...

*A existência de estreita relação entre o interesse comercial e os reais benefícios potenciais da Sustentabilidade em nossos dias, é o grande elemento dificultador para a efetiva disseminação desta cultura junto aos colaboradores de uma organização.*

# Mas há como “fazer acontecer”

***A adoção de uma cultura voltada para a sustentabilidade demanda que seu nascimento tenha partido da alta administração da empresa e sem que haja aspectos comerciais diretamente envolvidos.  
(apenas sonho???)***



# Empresa e Colaborador, juntos



***Um plano de comunicação que fortaleça a relevância desta cultura deve estar atrelado aos interesses identificados junto, inicialmente, aos colaboradores da empresa.***

# Algumas Iniciativas

***Comunidades de Prática;***

***Análise de Redes Sociais;***

***Mapas de Conhecimento;***

***Grupos de Discussão;***

***Processo estruturado com adoção e  
acompanhamento de indicadores.***



# **Enfim, precisamos sair do discurso fácil e muitas vezes sem valor**

***Sustentabilidade não é plantar mais árvores!***

***Coleta Seletiva não é “A Prática” de sustentabilidade!***

***O foco da Sustentabilidade não pode ser reciclar recursos!***

# Contato

***José Renato Sátiro Santiago Junior***

**[www.jrsantiago.com.br](http://www.jrsantiago.com.br)**

**<https://www.facebook.com/joserrenatosatirosantiago>**

**<http://twitter.com/jrsantiagojr>**