



COMUNICAÇÃO MADIÁTICA.

ISSN: 2236-8000

v. 19, n. 2, p. 171-188, jul.-dez. 2024

Campanhas de comunicação e objetivos de desenvolvimento sustentável: um relato de experiência no Ensino Superior privado

Campañas de comunicación y objetivos de desarrollo sostenible: un relato de experiencia en la educación superior privada

Communication campaigns and sustainable development objectives: an experience report in private higher education

Rita de Cássia Silva dos SANTOS

Doutoranda em Ciência da Informação na Universidade Estadual Paulista (Unesp). Bolsista CNPq. Docente da Instituição de Ensino Superior de Bauru (IESB).

E-mail: rcs.santos@unesp.br

Tamara de Souza Brandão GUARALDO

Doutora em Ciência da Informação pela Universidade Estadual Paulista (Unesp). Docente permanente do Programa de Pós-graduação em Ciência da Informação da Unesp e da Graduação da Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design (FAAC), da Unesp.

E-mail: tamara.guaraldo@unesp.br

Glória BASTOS

Doutora em Estudos Portugueses pela Universidade Aberta de Portugal (UAb). Docente do Departamento de Educação e Ensino a Distância, da UAb. Coordenadora do curso de Mestrado em Gestão da Informação e Bibliotecas Escolares, da UAb.

E-mail: gloria.bastos@uab.pt

Enviado em: 20 set. 2024

Aceito em: 25 set. 2024

RESUMO

Este trabalho apresenta um relato de experiência de desenvolvimento da competência em informação sobre os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável, realizado em uma universidade privada da cidade de Bauru, após a pandemia de Covid-19. A competência em informação exige que as pessoas reconheçam quando uma informação é necessária e tenham a capacidade de localizar, avaliar e utilizar tal informação. A abordagem metodológica qualitativa utilizou a pesquisa-ação. O trabalho incluiu propostas de resolução de problemas, apresentação de projetos, discussão de estratégias de busca e como selecionar fontes, além da divulgação do trabalho. O contexto examinado possibilita a formação de cidadãos profissionais e conecta a universidade com as demandas da população. Os alunos produziram campanhas de comunicação para divulgar os ODS à comunidade.

Palavras-chave: *Comunicação; relações públicas; marketing social; competência em informação.*

RESUMEN

Este trabajo presenta un relato de experiencia para el desarrollo de la alfabetización informacional acerca de los Objetivos de Desarrollo Sostenible, realizado en una universidad privada de la ciudad de Bauru, después de la pandemia de Covid-19. La alfabetización informacional requiere que las personas reconozcan cuándo se necesita información y que tengan la capacidad de localizarla, evaluarla y utilizarla. El enfoque metodológico cualitativo utilizó la investigación-acción. El trabajo incluyó propuestas de resolución de problemas, presentación de proyectos, discusión de estrategias de búsqueda y selección de fuentes, además de difundir el trabajo. El contexto examinado posibilita la formación de ciudadanos profesionales y conecta a la universidad con las demandas de la población. Los estudiantes produjeron campañas de comunicación para dar a conocer los ODS a la comunidad.

Palabras-clave: *Comunicación; relaciones públicas; mercadeo social; alfabetización informacional.*

ABSTRACT

This work presents an experience report on the development of information literacy on the Sustainable Development Goals, carried out at a private university in the city of Bauru, after the Covid-19 pandemic. Information literacy requires people to recognize when information is needed and to have the ability to locate, evaluate, and use that information. The qualitative methodological approach used action research. The work included proposals for solving problems, presenting projects, discussing search strategies and how to select sources, in addition to disseminating the work. The context examined enables the training of professional citizens and connects the university with the demands of the population. The students produced communication campaigns to publicize the SDGs to the community.

Keywords: *Communication; public relations; social marketing; information literacy.*

Introdução

Esse trabalho apresenta um relato de experiência realizada após o período de isolamento social causado pela pandemia de Covid 19, no ensino superior de uma universidade privada situada em Bauru, interior de São Paulo, Brasil, que envolveu a criação de campanhas de comunicação para divulgar os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) à comunidade. Essas campanhas tiveram por objetivo pedagógico, desenvolver a competência em informação dos estudantes. A competência em informação (CoInfo) ou *information literacy* é conexas ao ensino e aprendizagem, às habilidades específicas à compreensão da informação e sua amplitude, em busca da geração do conhecimento e de seu uso cotidiano pelas pessoas e comunidades ao longo da vida (Belluzzo, 2008). A CoInfo se relaciona ao protagonismo social ao possibilitar que os sujeitos se apropriem de informações credíveis, de qualidade e as utilizem para desenvolver o autoconhecimento e também para aumentar as habilidades necessárias a sua vivência social.

Seguindo preceitos de comunicação, relações públicas na comunidade e divulgação, o objetivo foi o de conceber uma campanha de comunicação e marketing social, que deveria atender aos seguintes elementos: pesquisa de informações em fontes confiáveis e notícias ou artigos sobre ODS (surgidos na comunicação social) para posterior criação de mensagens de posts informativos sobre o tema, em mídias sociais. Compreendeu três fases: *antes*, implicando a definição de objetivos, de qual ODS seria divulgada, a análise da situação e o planejamento, compreendendo a mensagem, os meios a utilizar, o público-alvo e as técnicas de comunicação a escolher; *durante*, cuidando da criação da campanha e da supervisão das ações; *depois*, realizando apresentação dos resultados, para verificar se os objetivos foram atingidos.

Desta forma, independentemente dos ODS escolhidos pelos grupos para as atividades, o trabalho realizado em sua totalidade, esteve mais especificamente ligado aos seguintes ODS: ODS 4 – Educação de Qualidade; ODS 5 – Igualdade de Género; ODS 16 – Paz, Justiça e Forte Instituições; ODS 17 – Parcerias para os Objetivos.

Referencial teórico

No artigo, começamos explicando alguns elementos relacionados aos conceitos norteadores do trabalho realizado com alunos, a seguir, descrevemos a metodologia, baseada principalmente na pesquisa-ação, e as ações pedagógicas específicas que foram acompanhadas por professores e alunos, que posteriormente são objeto de análise.

Comunicação, Relações Públicas e o marketing social

Devido a questões enfrentadas pelas organizações como restrições ambientais, escassez de matéria-prima, exigências de um mercado cada vez mais sofisticado e um consumidor atuando com os sentimentos e também de forma inteligente e sustentável, novas posturas são exigidas, e as Relações Públicas podem auxiliar as organizações na construção de uma imagem institucional positiva, contribuindo desse modo, aos esforços de Marketing, pois “[...] criam valor para uma organização porque contribuem para o equilíbrio de interesses da própria organização e os interesses das pessoas que são influenciadas por ela ou por aqueles que têm o poder de influir, aqui denominados ‘públicos’” (Grunig, 2009, p. 20).

Foi a partir da preocupação das organizações, não apenas com a percepção dos públicos sobre sua reputação, mas também com os relacionamentos e seu papel social e a sociedade, que surgiu o termo *marketing social* como uma modalidade de ação mercadológica institucional cujo objetivo é atenuar ou minimizar problemas sociais relacionados principalmente à saúde, educação, trabalho, meio ambiente, transporte, habitação e nutrição (Vaz, 2003). Para Kunsch (2003), compete às Relações Públicas contribuir para alcançar os objetivos de marketing social, pois esses têm como alvo a sociedade e o interesse público. O objetivo do marketing social é multiplicar soluções e impactos sociais que contribuam para a promoção de causas sociais relevantes e transformação social, e pode ser realizado por organizações da sociedade civil sem fins lucrativos, órgãos governamentais e empresas, desde que não esteja atrelado somente “[...] ao aumento de sua participação no mercado [...] o resultado que se espera de uma ação social é a transformação social” (Credidio apud Yanaze, 2007, p. 456).

Ainda que o Marketing seja um só, e se constitua no equilíbrio das relações empresa e mercado (esse entendido em amplo sentido) (Yanaze, 2007), suas adjetivações como sociais, apresenta peculiaridades que buscam a harmonia com as aspirações da própria humanidade.

Desse modo, as Relações Públicas passam a ter uma atuação mais abrangente no composto mercadológico, pois sua função de construção de relacionamentos se torna mais urgente, estratégica e de mediação qualificada, pois uma organização responsável é aquela que assume as consequências de suas ações perante os públicos “[...] e, dessa forma, relações públicas consistem no exercício da responsabilidade pública” (Grunig, 2009, p. 34).

Os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável no Ensino Superior

Os Estados-Membros das Nações Unidas adotaram, em 2015, a Agenda 2030 para o Desenvolvimento Sustentável, que na sua essência contém os 17 ODS. Esses objetivos enfrentam os muitos desafios que a nossa sociedade global atravessa, incluindo a pobreza e o bem-estar, desigualdade em vários domínios, alterações climáticas, danos ecológicos e paz e justiça (<https://sdgs.un.org/goals>). Cada país deve estar comprometido com a Agenda e criar estratégias nacionais para implementar os ODS.

As universidades e outras instituições de ensino superior têm um papel fundamental em ajudar a sociedade a alcançar os ODS, nomeadamente através da sua investigação, aprendizagem e ensino (Sustainable Development Solutions Network [SDSN], 2020). No contexto europeu, por exemplo, em 2018 a Associação Universitária publicou um documento com uma visão geral sobre como as universidades facilitam o desenvolvimento social, ambiental e económico. O recente plano estratégico apresentado pelos EUA (2020) também registra explicitamente o seu compromisso com a implementação dos ODS. A pontuação da classificação de impacto desenvolvida pelo *Times Higher Education* (A) desde 2019, que utiliza os ODS para avaliar o impacto social, aumentou o interesse de instituições na Agenda 2030 e sua preocupação em divulgar ações relacionadas aos ODS.

Vários estudos centraram-se nas formas como estas instituições apoiaram a implementação dos ODS, reconhecendo que esta ação pode ser realizada de múltiplas maneiras (Murillo-Vargas; Gonzalez-Campo; Brath, 2020; Serafini *et al.*, 2022) e com efeitos variados, dependendo da abordagem institucional e dos fins pretendidos (Cuesta-Claros *et al.*, 2023).

Em particular, a revisão sistemática da literatura feita por Serafini *et al.* (2022) apresenta essa variedade de abordagens, mostrando, entre outros aspectos, como as IES estão incorporando os ODS em diversas dimensões de suas atividades, incluindo gestão,

ensino, pesquisa e extensão. Na análise realizada, constataram que em termos de representação, a área da governança é a mais representada, ligeiramente acima da área do ensino e, com presença menos significativa, a área de pesquisa e extensão (p. 11). Nesse sentido, é particularmente pertinente apresentar estudos focados nas ações de professores e estudantes, e no presente estudo também com uma forte ligação à divulgação e à comunidade mais ampla.

Especificamente em relação ao trabalho específico com os alunos, é importante lembrar uma das diretrizes apresentadas no guia *Acelerando a educação para os ODS nas universidades* (SDSN, 2020, p. vii):

Para ajudar os alunos a desenvolver habilidades, competências e mentalidades transversais aos ODS, as universidades também precisarão desenvolver novas atividades de “aprendizagem transformadora”, que empregam interdisciplinaridade, aprendizagem baseada na ação e envolvimento de múltiplos atores, e que não são prática atualmente padrão nas universidades.

É neste domínio, por exemplo, que atividades interdisciplinares e de extensão que são apresentadas na parte empírica deste artigo, possibilitam que os alunos tenham um envolvimento mais direto com o tema estudado e com a busca de formas eficazes de tornar os ODS abordados mais próximos da comunidade. A intersecção com o desenvolvimento de CoInfo também ganhou um peso mais evidente na dimensão experiencial, pelas conexões propostas entre o trabalho realizado e o contexto social mais amplo, de forma mais prática e imediata. Nesse sentido, os alunos foram envolvidos na pesquisa de informações, redação reflexiva e criação de novos conhecimentos, através da campanha de comunicação proposta.

A competência em informação no Ensino Superior

Ao constituir-se como espaço privilegiado para o desenvolvimento de conhecimentos básicos específicos, a universidade estimula novos horizontes de teorias e práticas. Na extensão universitária, o desenvolvimento de competências transversais surge como forma de relacionar diferentes disciplinas e ampliar a capacidade analítica e de produção de conhecimento de estudantes que se dedicam a atividades de extensão.

O conceito de competência possui fundamentações diversas dos estudiosos dessa temática (Fleury; Fleury, 2001; Fleury; Lacombe, 2003) e está presente em várias áreas do

conhecimento como Educação (Perrenoud, 1999; Takahashi; Fischer, 2009), Sociologia do Trabalho (Hirata, 1994), Economia e Estratégia (Wernerfelt, 1984; Porter, 1991), e Ciência da Comunicação e Informação (Dias; Belluzzo, 2003; Valentim, 2008; Belluzzo, 2017), entre outros.

Logicamente, o conceito de competência não é homogêneo, mas apresenta semelhanças nos diferentes domínios com os quais está interligado. Adaptando-se a cada um deles, as competências associadas com a CoInfo assumem particular importância, por ser uma área transversal que permite aos alunos pesquisarem e aplicarem conhecimentos seguindo os parâmetros mais adequados a cada tema estudado.

O conceito de CoInfo tornou-se mais complexo desde que Paul Zurkosky o criou em 1974. Os contextos atuais, em que os ambientes digitais têm assumido cada vez mais importância, exigem também este enriquecimento do conceito e da constelação de termos que têm sido associados, como acontece com a competência midiática (*media literacy*), ou mesmo a alfabetização digital. A definição apresentada pela UNESCO (Catts; Lau, 2008) tem sido considerada como aquela que engloba os elementos mais importantes:

A CoInfo é um conjunto de competências que capacitam os cidadãos a acessarem, recuperarem, compreenderem, avaliarem e usarem. Criar e compartilhar informações e conteúdo de mídia em todos os formatos, usando diversas ferramentas, de forma crítica, ética e eficaz, a fim de participar e se envolver em atividades pessoais, profissionais e sociais. (Catts; Lau, 2008, p. 29, tradução nossa).

No Ensino Superior é importante considerar o desenvolvimento destas competências, não só no âmbito do trabalho acadêmico, mas também com o objetivo de construir competências do aluno para o futuro contexto de trabalho e numa perspectiva de aprendizagem ao longo da vida, na medida em que o indivíduo necessitará, de forma quase permanente, de pôr em prática as competências desenvolvidas na área da CoInfo. Com o objetivo de orientar o trabalho, nestes vários cenários de formação, foram também criados vários enquadramentos e modelos, no contexto das experiências analisadas neste artigo, o *Framework for information literacy for higher education*, da *Association of College & Research Libraries* (ACRL) (2016), pela coerência, flexibilidade e abrangência da sua proposta, o que levou à sua ampla implementação em termos internacionais. Ele define CoInfo como um padrão de competências integradas que contempla a descoberta reflexiva da informação, a

compreensão de como a informação é produzida e valorizada e o uso da informação na criação ética e legal de novos conhecimentos.

Independentemente dos conceitos ou modelos utilizados, no Ensino Superior entende-se que a aprendizagem não é viável sem a CoInfo, ou seja, sem o desenvolvimento de competências transversais que permitam aos alunos interagirem com a informação de forma crítica e produtiva para que os alunos tenham mais experiências de aprendizagem significativas que os ajudem a compreender as diversas dimensões dos temas estudados. Para tal, é essencial desenvolver competências de investigação e utilizar a informação de forma adequada e significativa para o seu percurso acadêmico e profissional.

O contexto específico que é analisado na parte prática deste artigo, ligado aos ODS, terá também um impacto potencial no desenvolvimento pessoal e social dos alunos, no sucesso educativo, na formação da personalidade, na autonomia, bem como na sua forma de ser e compreender o espaço em que estão inseridos (Robinson; Bawden, 2018). Uma abordagem generalista tem sido objeto de discussão por vários autores, como Grafstein (2002) e Tuominen, Savolainen e Talja (2005), que apontam que a CoInfo não pode ser ensinada independentemente dos domínios de conhecimento, das organizações e das tarefas práticas em que essas competências são utilizadas. Este foi também o entendimento presente no trabalho desenvolvido com os alunos na atividade que realizamos.

Procedimentos metodológicos

Este trabalho apresenta-se como um estudo exploratório Segundo Gil (2008), a pesquisa exploratória visa proporcionar maior familiaridade com o problema, com o propósito de torná-lo mais explícito.

Com um planeamento mais flexível, diferentes aspectos podem ser considerados.

Nosso estudo adotou uma abordagem qualitativa e interpretativa, “[...] tentando dar sentido ou interpretar os fenômenos em termos dos significados que as pessoas trazem para eles” (Denzin; Lincoln, 2005, p. 3, tradução nossa). A pesquisa qualitativa não busca enumerar ou medir eventos, ela serve para obter dados descritivos que explicam o significado dos fenômenos. Nesse mesmo sentido, o método utilizado foi o dedutivo.

Em relação aos cenários e contexto em que o estudo ocorreu, refere-se ao cenário pós-isolamento social causado pela pandemia da COVID-19. Para nossa análise, as atividades de extensão realizada numa universidade particular da cidade de Bauru, São Paulo, Brasil, na disciplina “Trabalho Interdisciplinar em Direito”, em regime de extensão, no curso de Bacharelado em Direito. As autoras são docentes e a investigação das próprias práticas ocorreu nos anos de 2022 a 2023.

Sujeitos e objeto: a análise refere-se à narração de estratégias didáticas para o desenvolvimento da CoInfo associadas à temática dos ODS e aos resultados obtidos por meio da apresentação de trabalhos realizados pelos alunos através da campanha de comunicação proposta.

Procedimentos de coleta: esta pesquisa adota a observação participante realizada pelo professor, que ao mesmo tempo participa da ação pedagógica e realiza sua análise. A observação participante ocorre quando o pesquisador está em contato com os membros do grupo pesquisado e participa de suas atividades normais (Marconi; Lakatos, 2017). A pesquisa participante “[...] caracteriza-se pela interação entre pesquisadores e integrantes das situações investigadas” (Gil, 2008, p. 61). O desenvolvimento da CoInfo foi observado por meio de atividades práticas, nas quais os alunos puderam aprender quando a informação é necessária e desenvolver a capacidade de localizar, avaliar e utilizar eficazmente as informações necessárias.

Instrumentos de análise de dados: neste caso, as autoras do artigo utilizaram a descrição das estratégias de ensino-aprendizagem para relatar o desenvolvimento das habilidades de CoInfo no período analisado. Foram analisados neste estudo os trabalhos desenvolvidos pelos alunos em forma de postagens para redes sociais, como forma de campanhas de comunicação para divulgar os ODS à comunidade.

Resultados e discussão

O objetivo deste artigo é demonstrar que, a partir de atividades de pesquisa-ação, foi observado o desenvolvimento de competências desejadas por meio das tarefas realizadas pelos alunos em disciplinas aplicadas a projetos de extensão universitária. Essas atividades geraram uma mudança de competências, com impacto não só no segmento do público-alvo, mas em toda a comunidade participante dessas ações.

Cabe esclarecer que a extensão universitária estabelece uma relação dialógica entre universidade e sociedade, com ênfase na mediação teoria e prática, na perspectiva de uma troca de saberes, essencial para a formação dos estudantes, qualificação docente e intercâmbio com a sociedade. Um espaço para futuros profissionais atuarem em atividades cuja dinâmica pedagógica faça parte do processo de formação e produção de conhecimentos e competências.

Deste modo, a partir desses preceitos os estudantes foram orientados a criar uma campanha de comunicação, em um projeto de extensão e responsabilidade social dentro do plano “Agenda 2030 – Objetivos do Desenvolvimento Sustentável”. Este plano é regido por princípios importantes: Não deixar ninguém para trás; Universalidade; A integridade e indivisibilidade dos ODS da Organização das Nações Unidas (ONU); A abordagem inclusiva e participativa; Apropriação nacional; A abordagem baseada nos direitos humanos.

As atividades de extensão possibilitam a formação de cidadãos profissionais e conectam a Universidade com as demandas da população na produção de conhecimento para superar as desigualdades sociais (Sousa, 2000).

Foram sugeridas pesquisas e uma proposta de intervenção informativa (campanha de comunicação com postagens informativas), sobre um ou mais dos ODS, com a contextualização da Agenda 2030.

Quanto às atividades desenvolvidas:

As estratégias aplicadas na disciplina “Trabalho Interdisciplinar do Direito” centraram-se no desenvolvimento de um projeto que consistiu em:

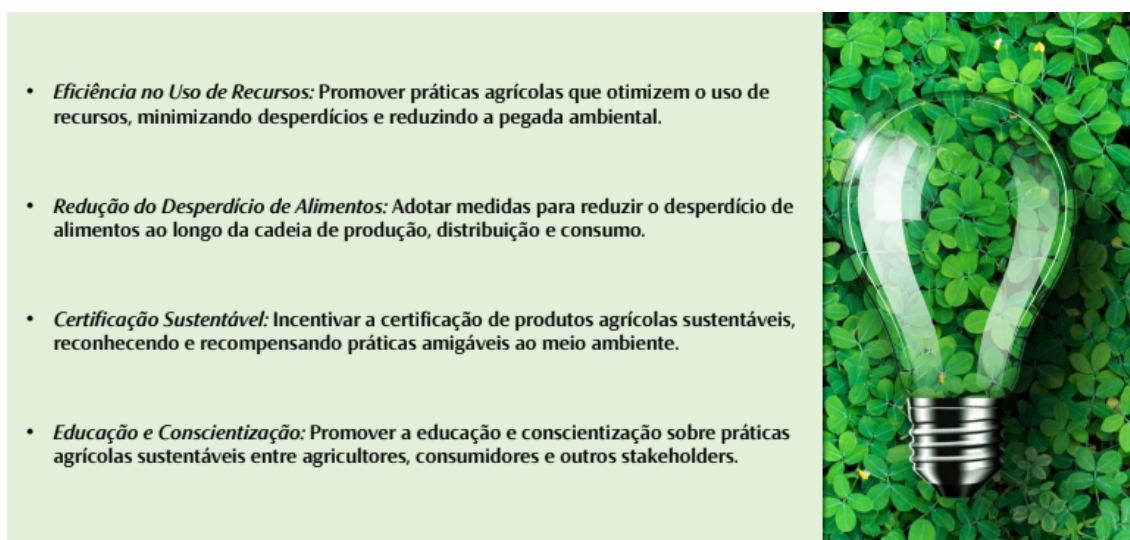
- 1 - Pesquisar e definir quais ODS seriam estudados por cada equipe;
- 2 - Elaborar um projeto de estudo;
- 3 - Elaborar relatórios intermediários e um relatório final;
- 4 - Criar um *post* informativo para as redes sociais.

Para o relatório sobre os ODS, em que cada equipe discutiu e pesquisou alguns dos objetivos, as fontes de pesquisa foram indicadas pela professora, como artigos de revistas científicas e livros da biblioteca.

Como resultado os alunos apresentaram uma campanha de comunicação com posts informativos sobre alguns ODS.

Ao final do semestre, os alunos enviaram os relatórios e as postagens informativas para as redes sociais (Figura 1), e fizeram a apresentação como parte da avaliação da disciplina, em Evento Online com a participação de todos os alunos do curso e a coordenação.

Figura 1: Exemplos de postagens relevantes preparadas pelos alunos



ÁGUA E ENERGIA

Vida na água; Água potável e saneamento; Energia limpa e sustentável; Trabalho decente e crescimento econômico.

VIDA NA ÁGUA

Vida na água é o Objetivo de Desenvolvimento Sustentável (ODS) nº 14 da Agenda 2030 da ONU, que visa à conservação e uso sustentável dos oceanos, dos mares e dos recursos marinhos para o desenvolvimento sustentável.

No Brasil, o ODS 6 se torna especialmente importante, uma vez que o país possui cerca de 12% das reservas de água doce do mundo. Alguns dos desafios enfrentados pelo país são:

- A falta de acesso à água potável e ao saneamento básico para cerca de 35 milhões de brasileiros.
- A baixa cobertura de coleta e tratamento de esgoto, que compromete a qualidade da água e aumenta os riscos de doenças de veiculação hídrica.
- A perda de cerca de 40% da água tratada por causa de vazamentos, fraudes, ligações clandestinas e medições incorretas.
- A escassez hídrica em algumas regiões do país, como o Nordeste semiárido e o Sudeste urbano-industrializado.
- A falta de planejamento integrado dos recursos hídricos entre os diferentes setores usuários, como agricultura, indústria, energia e abastecimento humano.
- A vulnerabilidade dos ecossistemas aquáticos à poluição, ao desmatamento, urbanização desordenada e as mudanças climáticas.



Fonte: Elaborado pelas autoras

Essas postagens foram divulgadas à comunidade por meio da mídia social Instagram e os grupos procuraram escolher temas dos ODS que tivessem relação com a situação que a comunidade enfrenta, como por exemplo, a crise hídrica em Bauru-SP, quando a cidade de 380 mil habitantes, teve 40% dos moradores em regime de racionamento, com água na torneira apenas um em cada quatro dias, nos anos de 2021 e 2022 (Tomazela, 2021). Desse modo, o trabalho contribuiu não apenas para um trabalho de aprendizagem dos ODS e busca de informação, mas para divulgar socialmente o tema, aplicá-lo a própria realidade e praticar Relações Públicas e Marketing social, ao promover causas sociais relevantes visando à transformação social.

A proposta pedagógica, foi a busca ativa de informações sobre os ODS, tanto em meios digitais quanto em bases de dados científicas, bibliotecas físicas e digitais da universidade. Foi realizado trabalho para desenvolver a CoInfo por meio de discussões sobre o tema, propostas de resolução de problemas coletivamente, apresentação de projetos, discussão de estratégias de busca de informações e como selecionar fontes. A discussão com os alunos, a partir de questões disparadoras, questionou: Por que o tema é importante? Quais os mais afetados por este problema? O que as pessoas precisam saber?

Destacam-se as seguintes competências desenvolvidas durante as atividades e projetos:

- a) competência em informação da equipe;
- b) competência em informação para a comunidade;
- c) Marketing social para a comunidade: chamar a atenção para os temas dos ODS.

Em última análise, a CoInfo foi aplicada quando os participantes das equipes buscaram antever problemas, demonstraram iniciativa para realizar as tarefas e atividades do projeto, tomaram iniciativa na aplicação de pesquisas, divulgaram as mensagens com direcionamento aos públicos e membros da comunidade envolvidos nos tópicos, responderam prontamente às questões e estavam dispostos a aprender continuamente, ou seja, se sentiram desafiados a serem agentes na construção de seu próprio conhecimento.

Considerações finais

Entender que conhecimento, em geral, é aquilo que se sabe sobre algo, adquirido por meio de teorias, práticas, experiências, relações, entre outros, a partir de certo ato intencional – a atuação dos alunos em projetos à comunidade – gera transformação de dados em informação e, deste modo, constrói outros conhecimentos. O processo de trabalho que foi seguido esteve relacionado com uma pedagogia da investigação, associada ao desenvolvimento de CoInfo. O trabalho colaborativo entre os alunos e a comunicação dos resultados à comunidade e ao público mais amplo, por meio das redes sociais, feitas pelos alunos, os tornou mais conscientes das competências adquiridas e da importância e valor das tarefas realizadas.

Conforme explicado por Cuesta-Claros *et al.* (2023), o interesse das universidades pelos ODS é cada vez maior, mas “[...] permanecem questões sobre a influência dos ODS nas transformações universitárias”.

Mesmo numa escala micro, como o caso apresentado, pode-se apontar que estes pequenos passos atuam a vários níveis: primeiro, num alinhamento do currículo com os ODS, através dos assuntos trabalhados, levando os alunos a ficarem mais conscientes do tema e potencial de intervenção nas áreas abrangidas; e segundo, num envolvimento com o “terceiro espaço”, ou seja, com a comunidade, contribuindo para uma maior consciência do

alcance social dos ODS. Conforme apontam Cabral e Gehre (2020, p. 16), trabalhar os ODS é atuar para alcançar a Agenda 2030:

[...] com nossos projetos, pesquisas, aulas e ações de extensão, estamos ajudando a implementá-la. Fazendo isso, empoderamos nossas universidades, escolas, institutos e outros espaços educacionais, assim como as pessoas, para serem agentes construtores do futuro que queremos. A própria sinergia entre todos os ODS, que só podem ser implementados concomitantemente, em parceria com todos e todas as agentes implementadores/as do planeta, oportuniza esta ferramenta poderosa para gestores, pesquisadores, educadores e extensionistas. Efetivamente, nos tornamos os próprios e as próprias agentes, auxiliando a alcançar metas, em níveis locais, as quais têm um impacto imenso em nossa chance de alcançar (ou não) os objetivos dentro do prazo.

Com uma combinação de pesquisa sobre ODS (formação de CoInfo) e as práticas orientadas para a ação tornaram-se mais produtivas e eficazes, fazendo com que os alunos desenvolvessem o pensamento crítico, como no caso aqui relatado.

Portanto, a CoInfo, as Relações Públicas e o marketing social, em projetos à comunidade são destacados. Por fim, a ênfase na ligação às questões dos ODS e a divulgação de ações em mídias sociais, divulgando informação de qualidade, contribuiu para a construção de CoInfo e aprendizagem.

Agradecimentos

As autoras agradecem ao Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq) (Processo nº 401829/2022-7) pelo apoio fornecido ao longo deste trabalho.

REFERÊNCIAS

ASSOCIATION OF COLLEGE & RESEARCH LIBRARIES. **Framework for information literacy for higher education**. Chicago, IL: American Library Association, 2016. Disponível em: <https://www.ala.org/acrl/standards/ilframework>. Acesso em: 10 ago. 2024.

BELLUZZO, Regina Célia Baptista. Como desenvolver a competência em informação (CI): uma mediação integrada entre a biblioteca e a escola. **CRB-8 Digital**, São Paulo, v. 1, n. 2, p. 11-14, 2008.

BELLUZZO, Regina Célia Baptista. Bases teóricas de gestão da informação: das origens aos desafios na sociedade contemporânea. **Palavra Chave**, La Plata, v. 7, n. 1, e027, 2017. <https://doi.org/10.24215/18539912e027>

CABRAL, Raquel; GEHRE, Thiago (Coords.). **Guia Agenda 2030: integrando ODS, educação e sociedade**. São Paulo: LM, 2020.

CATTS, Ralph; LAU, Jesus. **Towards information literacy indicators**. Paris: UNESCO, 2008. Disponível em: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000158723>. Acesso em: 10 ago. 2024.

CUESTA-CLAROS, Andrea *et al.* Are the sustainable development goals transforming universities?: an analysis of steering effects and depth of change. **Earth System Governance**, Amsterdam, v. 17, e100186, 2023. <https://doi.org/10.1016/j.esg.2023.100186>

DENZIN, Norman K.; LINCOLN, Yvonna S. (Eds.). **The Sage handbook of qualitative research**. 3rd ed. Thousand Oaks, CA: Sage, 2005.

DIAS, Maria Matilde Kronka; BELLUZZO, Regina Célia Baptista. **Gestão da informação em ciência e tecnologia sob a ótica do cliente**. Bauru: EDUSC, 2003.

FLEURY, Maria Tereza Leme; FLEURY, Afonso. Construindo o conceito de competência. **Revista de Administração Contemporânea**, Maringá, v. 5, n. esp., p. 183-196, 2001. <https://doi.org/10.1590/S1415-65552001000500010>

FLEURY, Maria Tereza Leme; LACOMBE, Beatriz Maria Braga. Managing competencies and human resources management: a preliminary analysis of Brazilian studies. *In: IBEROAMERICAN ACADEMY OF MANAGEMENT INTERNATIONAL CONFERENCE*, 3., 2003, São Paulo. **Anais [...]**. São Paulo: FGV/EAESP, 2003. v. 1, p. 1-15.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GRAFSTEIN, Ann. A discipline-based approach to information literacy. **Journal of Academic Librarianship**, Amsterdam, v. 28, n. 4, p. 197-204, 2002. [https://doi.org/10.1016/S0099-1333\(02\)00283-5](https://doi.org/10.1016/S0099-1333(02)00283-5)

GRUNIG, James E. Definição e posicionamento das relações públicas. *In: GRUNIG, James E.; FERRARI, Maria Aparecida; FRANÇA, Fábio (Eds.). Relações públicas: teoria, contexto e relacionamentos*. São Caetano do Sul: Difusão, 2009. p. 17-34.

HIRATA, Helena. Da polarização das qualificações ao modelo da competência. *In: FERRETTI, Celso João et al. (Orgs.). Novas tecnologias, trabalho e educação: um debate multidisciplinar*. Petrópolis: Vozes, 1994. p. 128-142.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. **Planejamento de relações públicas na comunicação integrada**. 5. ed. São Paulo: Summus, 2003.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Técnicas de pesquisa**. 8. ed. São Paulo: Atlas, 2017.

MURILLO-VARGAS, Guillermo; GONZALEZ-CAMPO, Carlos Hernan; BRATH, Diony Ico. Mapping the integration of the sustainable development goals in universities: is it a field of study? **Journal of Teacher Education for Sustainability**, Warsaw, v. 22, n. 2, p. 7-25, 2020. <https://doi.org/10.2478/jtes-2020-0013>

PERRENOUD, Philippe. **Construir as competências desde a escola**. Porto Alegre: Artmed, 1999.

PORTER, Michael E. Towards a dynamic theory of strategy. **Strategic Management Journal**, Hoboken, NJ, v. 12, n. S2, p. 95-117, 1991. <https://doi.org/10.1002/smj.4250121008>

ROBINSON, Lyn; BAWDEN, David. International good practice in information literacy education. **Knjižnica**, Ljubljana, v. 62, n. 1-2, p. 169-185, 2018. <https://doi.org/10.55741/knj.62.1-2.13814>

SERAFINI, Paula Gonçalves *et al.* Sustainable development goals in higher education institutions: a systematic literature review. **Journal of Cleaner Production**, Amsterdam, v. 370, e133473, 2022. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2022.133473>

SOUSA, Ana Luiza Lima. **A história da extensão universitária**. Campinas: Alínea, 2000.

SUSTAINABLE DEVELOPMENT SOLUTIONS NETWORK. **Acelerando a educação para os ODS nas universidades**: um guia para universidades, faculdades e instituições de ensino superior e terciárias. New York, NY: SDSN, 2020.

TAKAHASHI, Adriana Roseli Wünsch; FISCHER, André Luiz. Aprendizagem e competências organizacionais em instituições de educação tecnológica: estudos de casos. **Revista de Administração**, São Paulo, v. 44, n. 4, p. 327-341, 2009.

TOMAZELA, José Maria. Bauru, no interior de São Paulo, decreta estado de emergência por escassez de água. **CNN Brasil**, 21 nov. 2021. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/nacional/bauru-decreta-estado-de-emergencia-por-escassez-de-agua/>. Acesso em: 10 ago. 2024.

TUOMINEN, Kimmo; SAVOLAINEN, Reijo; TALJA, Sanna. Information literacy as a sociotechnical practice. **The Library Quarterly**, Chicago, Il, v. 75, n. 3, p. 329-345, 2005. <https://doi.org/10.1086/497311>

VALENTIM, Marta Lúcia Pomim. **Gestão da informação e do conhecimento no âmbito da ciência da informação**. São Paulo: Cultura Acadêmica, 2008.

VAZ, Gil Nuno. **Marketing institucional**: o mercado de ideias e imagens. 2. ed. São Paulo: Pioneira Thomson, 2003.

WERNERFELT, Birger. A resource-based view of the firm. **Strategic Management Journal**, Hoboken, NJ, v. 5, n. 2, p. 171-180, 1984.

YANAZE, Mitsuru Higuchi. **Gestão de marketing e comunicação**: avanços e aplicações. São Paulo: Saraiva, 2007.

BIOGRAFIA DAS AUTORAS

RITA DE CÁSSIA SILVA DOS SANTOS

Doutoranda em Ciência da Informação na Faculdade de Filosofia e Ciências (FFC), da Universidade Estadual Paulista (Unesp) - campus de Marília. Investigadora na Universidade Aberta de Portugal (doutoramento sanduíche - CNPq). Professora na Instituição de Ensino Superior de Bauru (IESB).

Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-7647-1066>

E-mail: rcs.santos @unesp.br

TAMARA DE SOUZA BRANDÃO GUARALDO

Doutora em Ciência da Informação pela Faculdade de Filosofia e Ciências (FFC), da Universidade Estadual Paulista (Unesp) - campus de Marília. Professora permanente do Programa de Pós-graduação em Ciência da Informação (PPGCI) da FFC-Unesp e da graduação da FAAC- Unesp.

Orcid: <https://orcid.org/0000-0001-7925-2021>

E-mail: tamara.guaraldo @unesp.br

GLÓRIA BASTOS

Doutora em Estudos Portugueses pela Universidade Aberta de Portugal (UAb). Docente do Departamento de Educação e Ensino a Distância e coordenadora do curso de Mestrado em Gestão da Informação e Bibliotecas Escolares, da UAb.

Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-1432-225X>

E-mail: gloria.bastos@uab.pt