

**UNIVERSIDADE DE SOROCABA
PRÓ-REITORIA DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO E CULTURA**

Ana Paula Sallum Nicoletti

**PROPAGANDA GOVERNAMENTAL E DE EDUCAÇÃO AMBIENTAL:
A COMUNICAÇÃO SOBRE O RIO SOROCABA**

**Sorocaba/SP
2026**

Ana Paula Sallum Nicoletti

**PROPAGANDA GOVERNAMENTAL E DE EDUCAÇÃO AMBIENTAL:
A COMUNICAÇÃO SOBRE O RIO SOROCABA**

Dissertação apresentada à Banca Examinadora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura da Universidade de Sorocaba, como exigência parcial para obtenção do título de Mestra em Comunicação e Cultura.

Orientadora: Profa. Dra. Thifani Postali.

O presente trabalho foi realizado com apoio do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq) Brasil - Código de Financiamento 440869/2022-6.

Sorocaba/SP

2026

Ficha Catalográfica

Nicoletti, Ana Paula Sallum
N552p Propaganda governamental e de educação ambiental : a
comunicação sobre o rio Sorocaba / Ana Paula Sallum Nicoletti. --
2026.
143 f. : il.

Orientadora: Profa. Dra. Thífani Postali.
Dissertação (Mestrado em Comunicação e Cultura) - Universidade
de Sorocaba, Sorocaba, SP, 2026.

1. Educação ambiental. 2. Meio ambiente – Sorocaba – Aspectos
sociais. 3. Comunicação na administração pública. 4. Sorocaba, Rio,
Bacia (SP). 5. Publicidade. 6. Responsabilidade ambiental. I. Postali,
Thífani, orient. II. Universidade de Sorocaba. III. Título.

Ana Paula Sallum Nicoletti

**PROPAGANDA GOVERNAMENTAL E DE EDUCAÇÃO AMBIENTAL:
A COMUNICAÇÃO SOBRE O RIO SOROCABA**

Dissertação aprovada como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre no Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura da Universidade de Sorocaba

Aprovado em 27 de fevereiro de 2026

BANCA EXAMINADORA:

Assinado digitalmente na ZapSign por
Thifani Postali Jacinto
Data: 16/03/2026 11:47:14.013 (UTC-0300)

Thifani Postali Jacinto

Profa. Dra. Thifani Postali

Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-0541-7203>

Universidade de Sorocaba

Assinado digitalmente na ZapSign por
Mara Ferreira Rovida
Data: 16/03/2026 10:31:05.677 (UTC-0300)

Mara Ferreira Rovida

Profa. Dra. Mara Ferreira Rovida

Orcid: <https://orcid.org/0000-0001-6540-6720>

Universidade de Sorocaba

Assinado digitalmente na ZapSign por
Guilherme Moreira Fernandes
Data: 16/03/2026 13:27:24.873 (UTC-0300)

Guilherme Moreira Fernandes

Prof. Dr. Guilherme Moreira Fernandes

Orcid: <https://orcid.org/0000-0001-6896-4963>

Universidade Federal do Recôncavo da Bahia

Relatório de Assinaturas

Datas e horários em UTC-0300 (America/Sao_Paulo)
Última atualização em 16 Março 2026, 13:27:25



By Truora

Status: Assinado

Documento: Dissertação - Ana - 2026 - Google Docs_compressed.Pdf

Número: 9dfe4312-bb79-4627-934d-f6811215de77

Data da criação: 16 Março 2026, 10:26:30

Hash do documento original (SHA256): bd657ab0b5fe3fd518e51d067dfa29fb76f5095ca3be4fe6d0d0c172b1e6f01f



Assinaturas

3 de 3 Assinaturas

<p>Assinado via ZapSign by Truora</p> <p>THÍFANI POSTALI JACINTO Data e hora da assinatura: 16/03/2026 11:47:14 Token: 72a791a9-c1b9-4b62-89da-9038dfddb4f5</p>	<p>Assinatura</p> <p><i>Thifani Postali Jacinto</i></p> <p>Thifani Postali Jacinto</p>
<p>Pontos de autenticação: Telefone: 5515981299119 E-mail: thifani.postali@prof.uniso.br Nível de segurança: Validado por código único enviado por e-mail</p>	<p>IP: 187.180.169.47 Dispositivo: Mozilla/5.0 (Windows NT 10.0; Win64; x64) AppleWebKit/537.36 (KHTML, like Gecko) Chrome/145.0.0.0 Safari/537.36</p>
<p>Assinado via ZapSign by Truora</p> <p>MARA FERREIRA ROVIDA Data e hora da assinatura: 16/03/2026 10:31:05 Token: d30ac1e7-dd36-440f-8b33-f960499f777c</p>	<p>Assinatura</p> <p><i>Mara Ferreira Rovida</i></p> <p>Mara Ferreira Rovida</p>
<p>Pontos de autenticação: Telefone: 5511996663359 E-mail: mara.rovida@prof.uniso.br Nível de segurança: Validado por código único enviado por e-mail</p>	<p>Localização aproximada: -23.580486, -46.587230 IP: 189.69.166.181 Dispositivo: Mozilla/5.0 (Macintosh; Intel Mac OS X 10_15_7) AppleWebKit/537.36 (KHTML, like Gecko) Chrome/145.0.0.0 Safari/537.36</p>
<p>Assinado via ZapSign by Truora</p> <p>GUILHERME MOREIRA FERNANDES Data e hora da assinatura: 16/03/2026 13:27:24 Token: 27df05c4-ec58-495d-94ae-28b6eb86dcc6</p>	<p>Assinatura</p> <p><i>Guilherme Moreira Fernandes</i></p> <p>Guilherme Moreira Fernandes</p>
<p>Pontos de autenticação: Telefone: 5571999512547 E-mail: guilherme.fernandes@ufrb.edu.br</p>	<p>Localização aproximada: -13.003969, -38.525927 IP: 191.30.129.18 Dispositivo: Mozilla/5.0 (Windows NT 10.0; Win64; x64) AppleWebKit/537.36 (KHTML, like Gecko) Chrome/145.0.0.0 Safari/537.36</p>

INTEGRIDADE CERTIFICADA - ICP-BRASIL

Assinaturas eletrônicas e físicas têm igual validade legal, conforme MP 2.200-2/2001 e Lei 14.063/2020.

[Confirme a integridade do documento aqui.](#)



Este Log é exclusivo e parte integrante do documento número 9dfe4312-bb79-4627-934d-f6811215de77, segundo os [Termos de Uso da ZapSign](#), disponíveis em zapsign.com.br

ZapSign 9dfe4312-bb79-4627-934d-f6811215de77. Documento assinado eletronicamente, conforme MP 2.200-2/2001 e Lei 14.063/2020.

*Dedico ao reencontrar, ao refazer e ao reconstruir.
Dedico a mim. Por tudo o que pude fazer – pois pude muito.*

AGRADECIMENTOS

Na escrita e na vida, precisamos de referências, pois são elas que dão base e sentido à efêmera existência e à sua ainda mais efêmera importância. Diante do universo, nem eu nem este texto valem muito. Mas, diante da grandeza dos meus próprios olhos, os nomes e instituições aqui citados compõem a minha biblioteca de referências. É a partir e por causa deles que posso fazer uma pequena (mas imensa) diferença no mundo.

Por isso, agradeço à Prof^a Dr^a Thifani Postali que insistiu em uma estudante ansiosa da graduação com paciência e gentileza – uma orientadora que se transformou em amiga e se fez apoio em momentos turbulentos.

Agradeço ao Observatório de Desenvolvimento da Região Metropolitana de Sorocaba (ODRMS), vinculado à Universidade de Sorocaba (Uniso) e aprovado pelo Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq). Sem esse financiamento, a realização deste mestrado não teria sido possível para a minha realidade socioeconômica.

Agradeço ao corpo docente da Uniso e às mulheres que atuam na pós-graduação: às professoras e professores que enriqueceram este trabalho e às profissionais que, com paciência, me auxiliaram nas burocracias, mesmo quando elas não estavam do meu lado.

Agradeço ao movimento Justiça Climática e sigo junto na luta por uma Sorocaba que reconheça e respeite seus entes, como o rio.

Agradeço à minha família. Entrego este trabalho em um momento especial de reencontro e sinto a alegria e os ensinamentos dos meus avós, já falecidos, presentes no mais puro afeto. À minha mãe e a eles, honro este percurso com um trabalho bem-feito, como me foi ensinado.

Agradeço aos meus irmãos e primos, especialmente à Camila e ao Pedro. Nesta lista não muito grande estão minhas pessoas favoritas no mundo. Sigo ansiosa para receber o bebê que minha irmã carrega no ventre, para quem desejo ser referência não apenas de afeto e amor, mas também de possibilidade.

Agradeço aos meus amigos. Sem o acolhimento e o amor deles, este trabalho não teria o significado que tem hoje.

Agradeço a todos, mas não me despeço – pois sempre estarão comigo.

“Porque a melhor versão de nós nunca foi na agonia. Na confusão dos ódios, na distração dos brancos. Cuide. Você é parte da minha parte viva, ô. E a gente ainda é parte viva do mundo.”

(Rico Dalasam, Dinho - DDGA)

RESUMO

Tendo em vista que a informação ambiental de qualidade é indispensável para a formação e mobilização da cidadania ambiental, e considerando que a propaganda é uma ferramenta estratégica de comunicação pública, este trabalho tem como objetivo geral compreender de que forma a Prefeitura Municipal de Sorocaba buscou informar a população, por meio de propaganda governamental e de ações de educação ambiental, sobre a importância da preservação e dos cuidados com o rio Sorocaba. Considerando que a cidade nasceu às margens desse rio, fonte essencial para a sobrevivência humana e das demais espécies, o estudo parte da pergunta norteadora: como o governo municipal comunicou à população a importância dos cuidados com o rio Sorocaba? Os objetivos específicos são: (1) levantar conceitos e discussões acerca de sustentabilidade e comunicação ambiental; (2) refletir, por meio de literatura, o conceito e os usos da propaganda governamental; (3) compreender os usos do rio Sorocaba ao longo da história da cidade e sua situação atual. A pesquisa utiliza a metodologia de análise de conteúdo, conforme Laurence Bardin, aplicada às páginas digitais oficiais da Prefeitura e aos materiais recebidos após solicitação via Lei de Acesso pela plataforma Fala.BR, referentes aos anos de 2020 a 2023. O estudo fundamenta-se em autores dos campos da comunicação e do pensamento socioambiental, como Martino, França, Peruzzo, Sandmann, Brandão, Krenak, Bispo e Mignolo. Verificou-se, ainda, a centralidade das mídias digitais do então prefeito Rodrigo Manga uma vez que apresentava alcance significativamente superior ao perfil institucional da Prefeitura, o que motivou a inclusão de seu perfil pessoal como objeto de análise da comunicação governamental. Os resultados indicam que a Prefeitura de Sorocaba reproduz uma lógica colonial ao tratar o rio como recurso, embora demonstre capacidade de mobilização comunicacional, especialmente durante a gestão Rodrigo Manga (Republicanos). No entanto, essa competência comunicacional não é direcionada à preservação ambiental, revelando baixa priorização política do tema na cidade que carrega o título de Cidade Sustentável. O estudo também evidencia que a prefeitura demonstra conhecimento técnico e comunicacional para desenvolver ações mais efetivas, indicando que a ausência de iniciativas mais consistentes constitui, em grande medida, uma escolha política que resulta mais na produção de registros e dados comunicacionais do que em impactos ambientais concretos.

Palavras-chave: Propaganda governamental, educação ambiental, Rio Sorocaba.

ABSTRACT

Considering that high-quality environmental information is essential for the formation and mobilization of environmental citizenship, and that advertising is a strategic tool of public communication, this study aims to understand how the Municipal Government of Sorocaba sought to inform the population, through governmental advertising and environmental education actions, about the importance of preserving and caring for the Sorocaba River. Given that the city was founded on the banks of this river—an essential source for the survival of human beings and other species—the study is guided by the following research question: how did the municipal government communicate to the population the importance of caring for the Sorocaba River? The specific objectives are: (1) to survey concepts and discussions on sustainability and environmental communication; (2) to reflect, through the literature, on the concept and uses of governmental advertising; and (3) to understand the uses of the Sorocaba River throughout the city's history and its current situation. The research adopts content analysis as its methodological approach, based on Laurence Bardin, applied to the official digital pages of the City Hall and to materials obtained through a request under the Access to Information Law via the Fala.BR platform, referring to the years 2020 to 2023. The study is theoretically grounded in authors from the fields of communication and socio-environmental thought, such as Martino, França, Peruzzo, Sandmann, Brandão, Krenak, Bispo, and Mignolo. The analysis also identified the centrality of the digital media of the then mayor, Rodrigo Manga, whose reach was significantly greater than that of the City Hall's institutional profile, which led to the inclusion of his personal profile as an object of analysis of governmental communication. The results indicate that the Municipal Government of Sorocaba reproduces a colonial logic by treating the river as a resource, although it demonstrates communicational mobilization capacity, especially during the administration of Rodrigo Manga (Republicanos). However, this communicational competence is not directed toward environmental preservation, revealing a low political prioritization of the issue in a city that holds the title of "Sustainable City." The study also shows that the municipal administration demonstrates technical and communicational knowledge to develop more effective actions, suggesting that the absence of more consistent initiatives constitutes, to a large extent, a political choice, resulting more in the production of communicational records and data than in concrete environmental impacts.

Keywords: Governmental advertising, environmental education, Sorocaba River.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Ilustração do rio Sorocaba	50
Figura 2 - O rio Sorocaba	52
Figura 3 - Tamanho da obra marginal direita em Sorocaba	64
Figura 4 - Captura de tela do Instagram do Rodrigo Manga	66
Figura 5 - Movimento Justiça Climática	67
Figura 6 - Publicação sobre o ranking do PCS.	77
Figura 7 - Publicação sobre PCS campeã nacional.	77
Figura 8 - Captura de tela de publicação no Facebook de 2017.	78
Figura 9 - Captura de tela de publicação no Facebook de 2018	79
Figura 10 - Captura de tela de publicação no Facebook 2019	79
Figura 11 - Captura de tela de publicação no Facebook 2020	80
Figura 12 - Publicação sobre as obras de desassoreamento	81
Figura 13 - Publicação sobre as obras de desassoreamento	82
Figura 14 - Comercial institucional do programa "Sorocaba Tem Pressa"	83
Figura 15 - Vídeo sobre o rio Sorocaba	85
Figura 16 - Publicação da PMS no Facebook com linguagem de propaganda de 2017	86
Figura 17 - Doação de mudas	87
Figura 18 - Informativo sobre o programa "Rio Vai à Escola"	88
Figura 19 - Publicação da PMS no Facebook com linguagem de propaganda de 2018	89
Figura 20 - Semana da Água e do Rio Sorocaba	90
Figura 21 - Pedaladas pelo rio	91
Figura 22 - Dia Mundial da Água	93
Figura 23 - Publicação sobre descarte ambientalmente correto	94
Figura 24 - Torça pela Copa das Árvores	95
Figura 25 - Atuação da PMS durante as enchentes.	96
Figura 26 - Proposta da PMS	97
Figura 27 - Introdução do vídeo dos conteúdos voltados ao zoológico	98

Figura 28 - "De férias na lancha, prefeito?"	102
Figura 29 - Manga como "missionário da igreja"	103
Figura 30 - Outdoor que agradece a construção da marginal direita	104
Figura 31 - Manga abençoa a água do rio Sorocaba	105
Figura 32 - Rodrigo Manga fala das enchentes	106
Figura 33 - Jornal Município de Sorocaba até 2019	109
Figura 34 - Campanha de conscientização contra queimada no jornal	110
Figura 35 - Campanha de prevenção a Aedes Aegypti	111
Figura 36 - Introdução dos vídeos de comemoração do aniversário do zoológico	115
Figura 37 - Roteiro das Águas: Jardim Botânico de Sorocaba	117
Figura 38 - Refúgios da Biodiversidade nas margens do rio Sorocaba	118
Figura 39 - Medicamentos e Meio Ambiente: população consciente, comunidades sustentáveis	119
Figura 40 - Capa do material Sema Vai à sua Casa	120
Figura 41 - Rio como recurso	121
Figura 42 - Denúncia da corta de árvores plantada por ativistas	124
Figura 43 - Biodiversidade do Rio Sorocaba	127
Figura 44 - Coaves Kids	128
Figura 45 - Plantio com os Escoteiros	128
Figura 46 - Participantes da ação de plantio com escoteiros	129

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Unidade de registro da comunicação oficial no Facebook	74
Tabela 2 - Organização de dados do perfil oficial do Instagram do Rodrigo Manga	100
Tabela 3 - Unidade de contexto da comunicação oficial no Jornal Municipal	107
Tabela 4 - Unidade de contexto dos materiais impressos	116
Tabela 5 - Unidade de registro Programa Município VerdeAzul 2023	125

LISTA DE SIGLAS E ABREVIações

CNPq	Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico
EA	Educação Ambiental
ODS	Objetivo de Desenvolvimento Sustentável
ODRMS	Observatório de Desenvolvimento da Região Metropolitana de Sorocaba
ONU	Organização das Nações Unidas
PCS	Programa Cidades Sustentáveis
PMS	Prefeitura Municipal de Sorocaba
SAAE	Serviço Autônomo de Água e Esgoto

Impacto Potencial Da Pesquisa

PROPAGANDA GOVERNAMENTAL E DE EDUCAÇÃO AMBIENTAL: A COMUNICAÇÃO SOBRE O RIO SOROCABA

Impacto científico:

Esta dissertação integra as ações do Observatório de Desenvolvimento da Região Metropolitana de Sorocaba (ODRMS), vinculado à Universidade de Sorocaba (Uniso) e aprovado pelo Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq), alinhando-se ao propósito de fomentar reflexões críticas sobre os processos de desenvolvimento regional, com ênfase nas dinâmicas sociais, territoriais e simbólicas que configuram o espaço urbano. Nesse sentido, o impacto desta pesquisa está diretamente relacionado à sua capacidade de articular comunicação, políticas públicas e meio ambiente a partir de uma análise situada da realidade sorocabana.

Ao investigar como a Prefeitura Municipal de Sorocaba comunica à população sobre a importância da preservação e dos cuidados com o rio Sorocaba, o trabalho contribui para o campo da Comunicação ao evidenciar o papel estratégico da propaganda governamental e da educação ambiental na formação da cidadania ambiental. A análise demonstra que a comunicação pública não é apenas um instrumento de difusão de informações, mas um espaço de disputa simbólica, capaz de reforçar ou tensionar modelos de desenvolvimento urbano, relações com o território e formas de compreensão da natureza.

Os resultados da pesquisa apontam que, embora o município demonstre domínio técnico das ferramentas comunicacionais, persiste uma abordagem que reproduz lógicas colonialistas ao tratar o rio predominantemente como recurso, esvaziando seu valor simbólico, ecológico e social. Essa constatação possui impacto direto para o debate público local, ao revelar limites estruturais das políticas de comunicação ambiental e ao evidenciar a ausência de uma comunicação governamental ética, comprometida com a formação crítica da população.

Do ponto de vista social e territorial, o estudo contribui para ampliar a compreensão sobre a relação histórica entre Sorocaba e o rio que a constituiu,

oferecendo subsídios para que movimentos sociais, pesquisadores, educadores e gestores públicos repensem as formas de comunicação e de educação ambiental no município. Ao adotar uma perspectiva crítica e decolonial, a pesquisa também tensiona modelos hegemônicos de desenvolvimento urbano e comunicação pública, propondo a valorização do rio como parte viva da cidade e como sujeito de direitos.

No âmbito institucional, o trabalho atende ao primeiro propósito estabelecido pelo edital do ODRMS ao fundamentar uma reflexão crítica sobre práticas regionais de desenvolvimento, sem perder de vista sua dimensão aplicada. Embora não tenha resultado na elaboração de um plano de comunicação institucional, a pesquisa produz um diagnóstico consistente que pode subsidiar futuras políticas públicas, ações educativas e estratégias comunicacionais comprometidas com a sustentabilidade e com a participação cidadã.

Assim, o impacto desta dissertação reside na sua capacidade de contribuir para o fortalecimento do debate público qualificado sobre comunicação ambiental em Sorocaba, oferecendo elementos analíticos que favorecem a construção de uma cidade mais justa, ambientalmente responsável e socialmente comprometida com seus territórios e com os sujeitos que os habitam.

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	14
2	PERSPECTIVAS DO CAMPO DA COMUNICAÇÃO.....	22
2.1	A comunicação enquanto objeto do campo.....	22
2.2	Comunicação, colonialidade e direito à comunicação.....	26
2.3	Comunicação pública, propaganda governamental e a linguagem publicitária.....	32
3	EDUCAÇÃO AMBIENTAL E COSMOVISÕES DA TERRA: DA RESPONSABILIDADE POLÍTICA AO DESLOCAMENTO DO RIO COMO SUJEITO.....	39
3.1	A educação ambiental como responsabilidade política.....	40
3.2	O rio como pessoa.....	46
4	SOROCABA EM PERSPECTIVA.....	49
4.1	Sorocaba se forma pelo Rio.....	50
4.2	Sorocaba: Cidade Sustentável.....	55
4.3	As forças da cidade - verticalidades x horizontalidades.....	59
5	AÇÕES ANTAGÔNICAS A RESPEITO DA PRESERVAÇÃO DO RIO.....	68
5.1	Metodologia: análise de conteúdo.....	68
5.2	Comunicação da Prefeitura Municipal de Sorocaba no Instagram e Facebook.....	71
5.3	Comunicação do então Prefeito Rodrigo Manga.....	99
5.4	Comunicação da Prefeitura Municipal de Sorocaba no Jornal do Município de Sorocaba.....	107
5.5	Comunicação enviada pela Prefeitura Municipal de Sorocaba.....	112
6	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	131
	REFERÊNCIAS.....	136

1 INTRODUÇÃO

Antes de iniciar o trabalho, é importante destacar que esta dissertação integra as ações do Observatório de Desenvolvimento da Região Metropolitana de Sorocaba (ODRMS), vinculado à Universidade de Sorocaba (Uniso) e aprovado pelo Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq). Orientado conforme edital de 2024, o projeto possui três propósitos fundamentais: a) a busca por fundamentar a reflexão crítica sobre os processos e práticas regionais de desenvolvimento, com foco nas dinâmicas sociais, territoriais e simbólicas que configuram o espaço urbano; b) a geração de conhecimentos aplicados a temas estratégicos, especialmente aqueles ligados à inovação e ao desenvolvimento tecnológico, capazes de impulsionar soluções locais frente aos desafios contemporâneos; c) a contribuição para a formulação e efetivação de políticas públicas que promovam transformações concretas e sustentáveis na qualidade de vida da população da região metropolitana de Sorocaba. Dessa maneira, o presente trabalho busca realizar uma pesquisa para contribuir com soluções de problemas da região, tendo o primeiro propósito como fundamento.

A autora passou por diversas cidades do interior paulista, como Araçoiaba da Serra e Araçoiabinha, tendo residido anteriormente em Itapeva, Guarizinho e Promissão. Posteriormente, viveu fora do estado de São Paulo, em Goiás e no Pará. Em 2016, estabeleceu-se em Sorocaba e, já em idade de tomar as próprias decisões, percebeu a necessidade de criar raízes. Nesse processo, construiu vínculos afetivos, estabeleceu relações e passou a compreender a cidade como paisagem cotidiana e espaço de pertencimento. Assim como foi seu encontro com a cidade, escolheu a Universidade de Sorocaba para ingressar na graduação também pela paisagem: a Uniso é cercada de árvores, grama e terra, além das famosas – e de personalidade difícil – seriemas.

Com o passar do tempo, no entanto, a forma de ver a cidade mudou. Sorocaba foi perdendo parte de seu brilho: áreas verdes dão lugar a prédios, praças ficam sem bancos e a paisagem natural se descaracteriza. Nesse cenário, falar sobre a cidade deixa de ser apenas um exercício acadêmico e passa a ser, para a autora, um posicionamento crítico/político. Assim, este trabalho nasce de um envolvimento direto com Sorocaba. Parte da experiência de quem criou raízes na cidade e passou a perceber que muitos projetos urbanos e comunicacionais

priorizam interesses econômicos, enquanto enfraquecem as relações de pertencimento, a vida cotidiana e o cuidado com o meio ambiente.

Sorocaba, enquanto cidade-polo da Região Metropolitana que integra 27 municípios, exerce papel estratégico na definição de diretrizes regionais, especialmente no campo das políticas ambientais – foco central deste trabalho. Suas decisões e práticas sustentáveis têm potencial de influenciar diretamente as agendas dos demais municípios, ampliando o alcance de ações locais em escala regional. Nesse sentido, destaca-se a adesão voluntária da cidade ao Programa Cidades Sustentáveis (PCS) desde 2017, com renovação válida até 2024, o que demonstra, ao menos formalmente, o compromisso institucional com a sustentabilidade. No entanto, do ponto de vista comunicacional, observa-se uma lacuna: a autora desta pesquisa só tomou conhecimento da participação do município no PCS durante o desenvolvimento deste projeto. Até então, não havia sido impactada por nenhuma comunicação institucional que divulgasse o programa, seus objetivos ou avanços. Isso indica uma possível falha na estratégia de comunicação da Prefeitura, especialmente ao considerar que o engajamento da população é uma das premissas para o sucesso das metas estabelecidas.

Com isso, este trabalho nasce de uma inquietação: se Sorocaba integra o PCS desde 2017 e, como participante, deve elaborar e divulgar um Plano de Metas – instrumento de planejamento e gestão que define prioridades, objetivos, prazos e compromissos da administração municipal – por que essas ações não são amplamente comunicadas à população? Com informações do site do programa (s.d.a), descobrimos que a base de dados do PCS é composta por 12 eixos temáticos, 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), 169 metas da Agenda 2030 da ONU e 260 indicadores, totalizando 466 variáveis que devem ser preenchidas e monitoradas pelos municípios participantes.

Entre os eixos temáticos, destaca-se “Educação para a Sustentabilidade e Qualidade de Vida”, que propõe a integração, tanto na educação formal quanto na não formal, de conhecimentos, valores e habilidades voltadas à construção de uma sociedade sustentável e saudável (Cidades Sustentáveis, 2026). A proposta parte da premissa de que cidadãos bem-informados são essenciais no enfrentamento dos desafios ambientais e sociais do século XXI. Nesse sentido, a educação ambiental crítica é compreendida como instrumento transformador: capaz de modificar hábitos, ampliar a consciência crítica e preparar a população para uma atuação mais efetiva

em prol do desenvolvimento sustentável. O eixo defende, ainda, que a transversalidade da temática ambiental no currículo e em práticas educativas mais amplas é um caminho essencial para a transformação social e ecológica das cidades.

Trata-se, portanto, de um processo robusto, com potencial de orientar políticas públicas transformadoras. O programa também valoriza a disseminação de Boas Práticas, premiando e inspirando iniciativas eficazes implementadas em diferentes cidades. Nesse contexto, foi identificado que Sorocaba ocupou, em 2023, o segundo lugar no ranking nacional do Programa Cidades Sustentáveis e primeiro do estado de São Paulo, na categoria das cidades signatárias ao programa (Sorocaba..., 2023). Além dos deveres do programa Cidade Sustentável, segundo a Lei n.º 9.795, de 27 de abril de 1999, é dever dos órgãos públicos utilizar a mídia para conscientizar a população acerca da preservação do meio ambiente (Brasil, 1999). A mídia também é considerada um bem coletivo essencial para garantir uma qualidade de vida saudável e deve ser componente indispensável e permanente em todo o processo de educação nacional, conforme estipulado pela mesma Lei.

Diante disso, surge um novo questionamento: se a cidade tem obtido tanto destaque dentro do Programa Cidades Sustentáveis, onde e como estão sendo comunicados esses avanços e melhorias? Também foi levantado que, em contrapartida, no ano de 2023, o Brasil teve um retrocesso de 60,7% das metas da ONU em comparação a 2015, como disse Claudio Fernandes, economista do grupo de trabalho Agenda 2030: “as medidas que foram tomadas nos últimos anos encaminharam o país a um claro retrocesso para atingir as metas delineadas” (Medeiros, 2023). Assim, questionamos novamente: como, em um país em retrocesso às metas sustentáveis, uma cidade do interior de São Paulo conseguiu seguir pioneira nos rankings de cidades sustentáveis do estado e ocupar o segundo lugar no ranking nacional?

Vale mencionar, ainda, que este projeto foi realizado em um contexto político específico: no período de reeleição do prefeito Rodrigo Manga¹ do Republicanos e durante as discussões sobre o novo Plano Diretor da cidade, entre o fim de 2024 e início de 2025. Esse plano, que deveria estabelecer diretrizes para proteger os

¹ Durante a elaboração deste trabalho, Rodrigo Manga, então prefeito de Sorocaba (SP), foi afastado do cargo por 180 dias no âmbito da Operação Cópia e Cola, que investiga denúncias de corrupção na área da saúde municipal. Além disso, sua residência foi alvo de mandados de busca e apreensão pela Polícia Federal (Portal Porquê, 2025).

interesses coletivos diante das pressões do mercado imobiliário, foi conduzido com rapidez, impossibilitando a participação da população. Também esteve em pauta as discussões sobre a construção da marginal direita, projeto com mais de 40 anos retomado pelo então prefeito Rodrigo Manga e apresentado como fundamental para melhorar a mobilidade da cidade. Porém, por sua estrutura, pretende suprimir grande parte da mata que cresce em torno do rio Sorocaba, região que, mesmo com vegetação, alaga e causa danos a população sorocabana sempre que chove.

Com formação em Publicidade e Propaganda, a autora desta pesquisa entende, conforme defende Sandmann (1999), que a linguagem publicitária é uma ferramenta potente para disseminar ideias e engajar a população em iniciativas voltadas à sustentabilidade urbana. Assim, este trabalho tem como objetivo geral compreender de que forma a Prefeitura Municipal de Sorocaba buscou informar a população, por meio da propaganda governamental de educação ambiental, sobre a importância da preservação ambiental, com foco nos cuidados com o rio Sorocaba – rio essencial para a vida na cidade. A pesquisa parte do entendimento de que a comunicação pública, quando bem utilizada, pode atuar como instrumento fundamental para a mobilização social e a formação de consciência ambiental, assim como indica o eixo Educação para a Sustentabilidade e Qualidade de Vida, do projeto Cidades Sustentáveis (Cidades Sustentáveis, 2026).

Para atingir esse objetivo, foram definidos os seguintes objetivos específicos:

- 1) Levantar conceitos e discussões sobre os termos “sustentabilidade” e “comunicação ambiental”, a fim de estabelecer uma base teórica sólida para a análise proposta;
- 2) Refletir, com base na literatura especializada, sobre o conceito e os usos da propaganda governamental, especialmente no contexto da educação ambiental e do desenvolvimento sustentável;
- 3) Levantar dados sobre a situação mundial e nacional da poluição dos rios urbanos, com ênfase nos desafios enfrentados pelas cidades e;
- 4) Compreender os usos históricos do rio Sorocaba e sua situação atual, reconhecendo seu papel na formação da cidade e na qualidade de vida da população.

O trabalho faz uso da metodologia de análise de conteúdo, a partir de Laurence Bardin (1977), para a análise dos conteúdos da Prefeitura Municipal de Sorocaba (PMS) em suas plataformas digitais oficiais do Facebook e do Instagram, no período de 2017 a 2024. A escolha dessas plataformas se justifica por serem, atualmente, os espaços mais contínuos, acessíveis e com maior capacidade de

armazenamento da comunicação governamental, permitindo a aplicação da técnica de forma consistente e comparável ao longo do tempo.

Inicialmente, o recorte da pesquisa concentrou-se exclusivamente nas plataformas digitais institucionais da PMS. Contudo, ao longo do processo de investigação, tornou-se evidente a relevância nacional da atuação do então prefeito Rodrigo Manga no Instagram, o que levou à ampliação do corpus analítico para incluir também seu perfil pessoal. Enquanto a Prefeitura Municipal de Sorocaba contava com cerca de 224 mil seguidores, o perfil do prefeito ultrapassava 3 milhões de seguidores, configurando-se como um espaço central de circulação de discursos governamentais, dados atualizados até a realização deste trabalho.

Em paralelo à análise das plataformas digitais, a pesquisa recorreu aos materiais enviados pela Secretaria do Meio Ambiente de Sorocaba, solicitados por meio da Lei de Acesso à Informação, via plataforma Fala Brasil. Essa etapa mostrou-se necessária diante da ausência ou insuficiência de informações públicas disponíveis nas plataformas analisadas, permitindo complementar e aprofundar a compreensão das práticas comunicacionais relacionadas à temática ambiental.

Bardin (1977) define a técnica como um conjunto de métodos de análise da comunicação, voltados a identificar, por meio de procedimentos sistemáticos e objetivos, elementos do conteúdo das mensagens que possibilitem inferir informações sobre as condições em que elas foram produzidas e recebidas, sejam esses indicadores quantitativos ou qualitativos.

Posto isso, este trabalho se organiza da seguinte maneira: no capítulo intitulado As Perspectivas do Campo da Comunicação, discute-se a forma como este trabalho compreende o objeto de estudo da comunicação em seu campo. Em seguida, aborda-se a comunicação no contexto da América Latina e, por fim, são apresentados o conceito de comunicação pública e a noção de propaganda governamental. Apesar de ainda ser um conceito não muito bem delimitado no meio acadêmico, a propaganda governamental é utilizada aqui como categoria analítica para examinar o objeto empírico deste trabalho: as campanhas de propaganda promovidas pela Prefeitura Municipal de Sorocaba com o objetivo de informar, educar e mobilizar a população em torno do desenvolvimento sustentável e da preservação ambiental, especialmente no que se refere ao rio Sorocaba.

No capítulo três discute-se, inicialmente, a educação midiática como uma responsabilidade também dos governos e como um elemento fundamental para a

formação crítica dos indivíduos em uma sociedade cada vez mais midiaticizada. A partir da perspectiva de Buckingham (2022), a educação midiática é compreendida como essencial para que os sujeitos desenvolvam a capacidade de analisar criticamente os conteúdos e os discursos pelos quais são impactados no ambiente digital. Em seguida, ainda no mesmo capítulo, apresenta-se o conceito de educação ambiental (EA) adotado neste trabalho, com base na abordagem crítica defendida por Isabel Carvalho (2004), que compreende essa educação como um processo que não se limita à transmissão de informações, mas que busca promover consciência, engajamento e transformação social. Nesse sentido, a educação midiática é entendida como parte constitutiva de uma EA crítica e comprometida com a formação cidadã. No subtópico intitulado O Rio como Pessoa, discute-se, a partir de perspectivas decoloniais (Walter Mignolo, 2017), especialmente indígenas e quilombolas brasileiras, Ailton Krenak (2019) e Nego Bispo (2023), a forma como este trabalho compreende o rio. Propõe-se, assim, um olhar para a natureza como parte viva e integrada à sociedade, entendendo o rio como uma pessoa e, portanto, como um sujeito de direitos.

Então passamos para o quarto capítulo que se concentra, especificamente, na cidade de Sorocaba. No primeiro subtópico, Sorocaba se forma pelo rio, é apresentada a história do rio Sorocaba como elemento central na formação urbana da cidade e na construção de sua identidade local. Em seguida, em Sorocaba: cidade sustentável, discute-se a inserção do município no Programa Cidades Sustentáveis, bem como sua atuação no âmbito de políticas públicas ambientais. Por fim, no subtópico As forças da cidade – verticalidades e horizontalidades, analisa-se Sorocaba a partir das categorias propostas por Milton Santos (2006), buscando compreender as dinâmicas espaciais, políticas e econômicas que moldam o território.

No quinto capítulo foram apresentados a discussão metodológica e a análise dos dados da pesquisa. Nele, sistematizaram-se os procedimentos adotados na aplicação da análise de conteúdo de Bardin, bem como os critérios de categorização, codificação e interpretação do corpus, explicitando os caminhos analíticos percorridos e as escolhas realizadas ao longo do processo investigativo. O capítulo articula método e resultados, discutindo os achados à luz dos referenciais teóricos mobilizados, de modo a evidenciar os sentidos construídos pela comunicação institucional em torno do rio Sorocaba e das questões ambientais.

Por fim, o projeto inicial deste trabalho previa a elaboração de um plano de comunicação a ser encaminhado à PMS, com o objetivo de contribuir para o aprimoramento do uso dos recursos destinados à publicidade e para o fortalecimento das estratégias de educação ambiental, especialmente no que se refere à valorização do rio Sorocaba como integrante natural e simbólico da cidade. No entanto, ao longo da construção do capítulo cinco, os dados analisados revelaram uma inflexão importante. O que se iniciou como uma análise da propaganda governamental passou a evidenciar, sobretudo, a ausência de uma comunicação ética e comprometida com o interesse público. Os resultados indicam que a PMS demonstra domínio das ferramentas de comunicação e publicidade, utilizando-as de forma estratégica, inclusive para a construção de imagem política — com destaque para o governo do então prefeito Rodrigo Manga, que alcançou projeção nacional a partir do uso intensivo de suas próprias redes sociais. Esse domínio comunicacional extrapola a promoção institucional e passa a operar também como ferramenta de autoproteção política. Conforme reportagem do Portal Porque (Antunes, 2025), baseada em relatório da Polícia Federal encaminhado ao Superior Tribunal de Justiça, Manga teria transformado o cumprimento de mandados judiciais da Operação Cópia e Cola — que investiga um esquema de corrupção envolvendo contratos públicos da Prefeitura de Sorocaba, no qual ele é apontado como figura central — em conteúdo para redes sociais, explorado de forma sensacionalista, com ironias, ataques às instituições e apelos à narrativa de perseguição política. Segundo a PF, essa exposição pública da investigação teria sido utilizada estrategicamente para gerar engajamento, monetização e mobilização de apoio, configurando não apenas a construção de imagem, mas o uso das plataformas digitais como instrumento de enfrentamento simbólico às instâncias de controle e responsabilização do Estado.

Assim, o problema identificado não está na incapacidade de comunicar, mas na escolha de não utilizar essas ferramentas para fins de educação ambiental e de promoção da cidadania crítica. Uma população informada e criticamente engajada tende a cobrar políticas públicas mais responsáveis e a questionar processos de crescimento urbano marcados pela construção e pela degradação ambiental desenfreadas. Diante desse cenário, conclui-se que a proposição de um plano de comunicação institucional não atenderia, neste momento, aos reais interesses do governo municipal sorocabano.

Em suma, o trabalho a seguir apresenta como resultado a constatação de que, apesar da adesão da Prefeitura Municipal de Sorocaba ao Programa Cidades Sustentáveis e do destaque obtido pelo município em rankings institucionais, a comunicação governamental voltada à sustentabilidade e à educação ambiental mostrou-se fragmentada, esporádica e superficial. A análise das plataformas digitais oficiais, do perfil pessoal do então prefeito Rodrigo Manga e dos materiais institucionais revelou que a sustentabilidade é mobilizada prioritariamente como elemento de legitimação administrativa e construção de imagem política, enquanto a dimensão educativa, participativa e formadora de cidadania ambiental permanece secundarizada. O estudo evidencia ainda que a PMS domina tecnicamente as ferramentas de comunicação e publicidade, operando-as de forma estratégica — sobretudo durante o governo de Rodrigo Manga, marcado por forte personalização do discurso e projeção nacional nas redes sociais. Assim, a ausência de campanhas estruturadas de educação ambiental não decorre de limitações operacionais, mas de escolhas políticas deliberadas, que esvaziam o potencial da comunicação pública como instrumento de transparência, mobilização social e fortalecimento do vínculo da população com o território e com o rio Sorocaba.

2 PERSPECTIVAS DO CAMPO DA COMUNICAÇÃO

Uma das principais dificuldades da comunicação enquanto campo de estudo faz parte da sua própria definição. Isso acontece pela complexidade de seus processos, que cruzam diferentes áreas do conhecimento e, muitas vezes, se confundem com elas, tornando a disciplina inevitavelmente interdisciplinar. Mais do que um simples ato de transmissão de mensagens, nós compreendemos a comunicação como prática social, relacional e estruturante da vida em sociedade, mediada por linguagens, símbolos, tecnologias e relações de poder.

Sendo assim, este capítulo tem como objetivo discutir as perspectivas da comunicação como área científica e prática social, destacando os deslocamentos conceituais e epistemológicos que marcam sua trajetória.

Na primeira parte, discutimos, a partir dos autores Luiz C. Martino, Antônio Hohlfeldt, Vera Veiga França e Muniz Sodré que compreendem a comunicação como fenômeno social, relacional e constituído das interações humanas. Em seguida, aborda-se a virada latino-americana, com ênfase nas contribuições de Jesús Martín-Barbero, José Marques de Melo e Christa Berger.

Dessa forma, este capítulo propõe compreender o campo da comunicação como um espaço dinâmico, plural e historicamente situado, que ultrapassa a dimensão técnica da informação para afirmar-se como prática social, cultural e política indispensável à construção da vida coletiva.

2.1 A comunicação enquanto objeto do campo

Uma das principais dificuldades da comunicação enquanto campo de estudo está na sua própria definição. Isso se deve, segundo Luiz C. Martino (2007), à dificuldade histórica em delimitar um objeto próprio, uma vez que seus processos atravessam diversas áreas do conhecimento e, muitas vezes, se confundem com elas, tornando a disciplina inevitavelmente interdisciplinar. No senso comum, é recorrente associar a comunicação a um modelo simplificado de diálogo entre emissor e receptor, ainda que também se aceite que animais, imagens, símbolos e gestos possam se comunicar. Reconhecendo essa complexidade e abrangência, torna-se necessário, antes de tudo, explicitar o que se entende por comunicação no contexto deste trabalho.

Segundo Antônio Hohlfeldt (2007, p. 61), “a comunicação [...] é uma habilidade intrínseca ao ser humano, essencial para sua inserção no mundo e, principalmente, fundadora de laços”, constituindo “a própria vida em relação ao outro”. Dessa forma, não se trata de um ato pontual ou meramente técnico, mas de uma prática constitutiva das relações humanas e estruturante da vida em sociedade: “a comunicação é um fenômeno social, porque se dá através da linguagem e implica um número maior de elementos que uma só pessoa” (Hohlfeldt, 2007, p. 62).

Vera Veiga França complementa ao dizer que a comunicação é um “componente básico da vida social, experiência permanente do homem, o aprendizado começa com os primeiros dias de vida” (2007, p.44), ou seja, ela nasce com as pessoas. Dessa maneira, as pessoas já nascem como seres comunicacionais, ao aprenderem as formas comunicativas da cultura, manifestas nos gestos, na fala, nos comportamentos, nos símbolos, entre outros. Isso permite que os indivíduos reconheçam e reproduzam os modelos comunicativos aos quais são expostos ao longo da vida, e que estruturam as relações entre as pessoas e destas com o mundo (França, 2007). Nesse contexto, Paulo Freire (1982, p.12) também contribui ao dizer que “a leitura do mundo precede sempre a leitura da palavra”, ou seja, antes mesmo da alfabetização, a comunicação acontece de maneira natural como prática social e cultural que antecede a própria linguagem escrita. Assim, podemos reconhecer a comunicação como um processo constitutivo do ser humano, não apenas um instrumento de transmissão, mas uma forma de existência e de relação com o outro e com o mundo.

Na mesma direção, Muniz Sodré (2014) amplia essa compreensão ao afirmar que a comunicação deve ser entendida como um agir em comum, isto é, como um processo de vinculação, relação e organização simbólica da vida social. Para o autor, comunicar não se restringe à troca de mensagens ou à lógica técnica dos meios, mas diz respeito a uma dimensão constitutiva, intensiva e pré-subjetiva do ordenamento simbólico do mundo. Para Sodré (2014), as pessoas não são seres comunicacionais apenas porque falam, mas principalmente “porque relacionam ou organizam mediações simbólicas” (p. 9) e compartilham sentidos, conscientemente ou não, a partir de experiências e referências que são coletivas. Assim, a perspectiva de Sodré reforça a ideia de que a comunicação não é um mero instrumento ou etapa posterior à linguagem, mas um princípio estruturante da

experiência humana, que antecede, sustenta e organiza as formas pelas quais os sujeitos se reconhecem, constroem vínculos e produzem sentidos na vida social.

Trata-se, portanto, de um conhecimento vivo, intuitivo e espontâneo, que faz parte da nossa cultura, linguagem, interações sociais e experiência humana que se sobrepõe a mera transmissão de mensagens. Para França (2007), a comunicação é recheada de problemáticas e indagações da vida cotidiana e, pela sua naturalização, apresenta limites que o conhecimento imediato não pode ultrapassar. Por isso, a comunicação precisa ser investigada cientificamente, com métodos, técnicas e teorias que permitam ir além da experiência vivida, transformando-a em objeto de análise e compreensão. Nesse sentido, os objetos da comunicação não são os conteúdos materiais do mundo, mas as formas pelas quais eles são construídos e significados no próprio ato comunicativo. Como explica a autora:

[...] aqui chegamos ao veio tocado por nossa indagação: quando se pergunta pelo objeto da comunicação, não nos referimos a objetos disponíveis no mundo, mas àqueles que a comunicação, enquanto conceito, constrói, aponta, deixa ver. Essa é a natureza de um 'objeto de conhecimento': construções edificadas pelo próprio processo de conhecimento, a partir de suas ferramentas e do seu 'estoque cognitivo' disponível (o conhecimento com o qual se conta para poder conhecer mais). (França, 2007, p.42)

Por essa razão, França (2007) afirma que a comunicação não pode ser compreendida como um processo neutro, já que se manifesta em distintos contextos, meios, culturas, práticas e interesses. Ela está sempre atravessada por ideologias entendidas como visões de mundo, sistemas de valores e disputas simbólicas que moldam tanto sua forma quanto seu conteúdo. Diante disso, torna-se inviável a formulação de uma teoria única e universal capaz de abarcar a totalidade dos fenômenos comunicacionais, sobretudo diante da complexidade de linguagens, atividades profissionais e veículos envolvidos no campo.

Nesse contexto, a comunicação acompanha, de forma dinâmica, as transformações sociais, tecnológicas, culturais e políticas, configurando-se como um campo heterogêneo e em constante mudança (França, 2007). Ainda que se trate de uma área complexa e atravesse várias áreas do conhecimento, isso não compromete sua legitimidade como campo científico autônomo. Ao contrário, como sustenta Martino (2007), essa complexidade é justamente o que reforça sua

autonomia, esclarecendo o foco da área, sendo, portanto, a análise das práticas sociais também mediadas por tecnologias de comunicação.

José Marques de Melo (2014, p. 21) observa que as “ações comunicacionais dos seres humanos” já eram objeto de reflexão em diversas outras áreas do conhecimento que “refletem teoricamente e analisam empiricamente, a partir de seus respectivos paradigmas” (p. 23) o fenômeno comunicacional. Ao citar Wilbur Schramm (1954), o autor destaca que o campo científico da comunicação é marcado por uma ampla diversidade cognitiva e uma pluralidade mercadológica. Nesse sentido, ressalta:

Mas enquanto campo acadêmico (Miège, 1995), sua identidade tem se caracterizado pelo delineamento de fronteiras, estabelecidas em função de suportes tecnológicos (mídias) que asseguram a difusão dos bens simbólicos e do universo populacional a que se destinam (comunidade/coletividades) (Melo, 2014, p. 23).

Diante dessa constituição complexa e não neutra do campo, torna-se necessário compreender que a comunicação não se limita à mera emissão e recepção de mensagens, como já mencionado. Trata-se de um processo simbólico profundamente condicionado por disputas de sentido, atravessado por contextos culturais, históricos e sociais. A esse respeito, França (2007) observa que o conhecimento se constitui justamente no ato de revestir a informação de sentidos. Em outras palavras, comunicar-se envolve mais do que o simples recebimento de dados: é interpretar, significar e construir sentidos sobre o que é transmitido.

Posto assim, Martino (2007) propõe uma distinção fundamental entre comunicação e informação, ao afirmar que a primeira configura um processo simbólico completo entre emissor e receptor, enquanto a segunda diz respeito apenas à organização de traços materiais como sons, imagens ou palavras e em diferentes suportes como papel, tela ou áudio. A informação, portanto, só se concretiza como comunicação quando interpretada por alguém dentro de um processo relacional, o que evidencia que até mesmo os elementos mais básicos da comunicação são mediados pela cultura e pela experiência compartilhada.

Dessa maneira, reforça-se que o campo da comunicação é complexo, interdisciplinar e intrínseco ao ser humano, sendo estruturante da vida em sociedade. Martino (2007) esclarece que ao se analisar o objeto comunicacional, é necessário considerar não apenas a relação entre emissor e receptor, mas também

os dispositivos técnicos e tecnológicos² que mediam esse processo, organizando e potencializando os sentidos produzidos. O objeto de estudo da comunicação, portanto, se delimita na análise dos processos simbólicos, nos quais a informação é interpretada e transformada em conhecimento compartilhado entre consciências. Posto assim, neste trabalho, a comunicação será abordada como processo relacional que instaura e sustenta a vida coletiva, configurando-se, portanto, em fenômeno social indispensável à própria experiência de sociabilidade.

2.2 Comunicação, colonialidade e direito à comunicação

Segundo Melo (2014), a história da comunicação latino-americana pode ser vista como uma série de “metamorfoses” técnico-culturais que deslocam, a cada etapa, as formas de produção e circulação de sentidos. Retomando a ideia de que “a História é sempre reescrita” (Febvre, 1969, apud Melo, 2014, p. 82), o autor mostra como cada inovação – da oralidade indígena à imprensa colonial, dos jornais de independência ao rádio popular e, depois, da televisão e aos satélites – criam novas maneiras de as pessoas se comunicarem e muda, assim, a forma como o debate público acontece no continente. Essas transformações comunicacionais não afetam apenas a infraestrutura comunicacional; elas redefinem também as lógicas de poder e as disputas discursivas.

De acordo com França (2007), a comunicação sempre existiu como prática humana e social, no entanto, é no contexto moderno que ela se tornou objeto de problematização e análise sistemática. Segundo a autora, a modernidade não descobre a comunicação, mas a complexifica ao refletir criticamente sobre seus processos e ao promover novas formas, meios e funções comunicativas, o que exige novas abordagens teóricas e analíticas. França (2007) aborda como as primeiras teorias da comunicação emergiram de contextos históricos e políticos que exigiam maior controle e eficiência da comunicação. A partir disso, Martino (2007) ressalta que os meios de comunicação assumiram um papel estratégico na estruturação da vida social, sendo utilizados pelos indivíduos como ferramentas para inserção em uma coletividade complexa e fragmentada.

² Neste trabalho, adotamos o termo “meios de comunicação” para nos referirmos às formas organizadas e institucionalizadas de difusão, como rádio, TV, jornal e plataformas digitais. Já a expressão “dispositivos técnicos” diz respeito aos aspectos operacionais desses meios, como equipamentos, redes ou interfaces.

Assim, a comunicação deixa de ser apenas um fenômeno natural da convivência humana para se tornar um processo racional e planejado, articulado aos meios de comunicação e aos dispositivos técnicos que os sustentam.

Contudo, essa racionalidade comunicacional não é neutra: ela é atravessada por disputas de poder, por hierarquias históricas e por projetos de mundo que se consolidaram no contexto da modernidade colonial. Segundo Walter D. Mignolo (2017), a modernidade europeia construiu seu discurso de civilização a partir da colonialidade, o lado escuro e silenciado que sustentou o projeto moderno e suas hierarquias de poder, saber e ser. Mignolo (2017) retoma Aníbal Quijano (1993 apud Mignolo, 2017) ao tratar das estruturas raciais e econômicas criadas durante o período histórico do colonialismo europeu (séculos XV–XIX), e que continuam existindo mesmo depois que as colônias conquistaram a independência política, conceito que Quijano (1993 apud Mignolo, 2017) nomeou de colonialidade de poder.

Para Mignolo (2017) a colonialidade do poder se refere aos controles da economia, autoridade, natureza e recursos naturais, gênero e sexualidade, subjetividade e conhecimento; a colonialidade do saber à imposição do conhecimento europeu como universal; e a colonialidade do ser refere-se à desumanização e ao silenciamento das pessoas colonizadas.

Posto isso, a dinâmica comunicacional que ignora ou silencia sistematicamente o contexto latino-americano para compreender suas formas e dispositivos comunicacionais é reflexo da colonialidade do saber, em que são priorizadas teorias do Norte Global que nem sempre conseguem ler em sua totalidade as realidades e práticas comunicacionais locais.

Frente a essa colonialidade do saber que hierarquiza e silencia as epistemologias do Sul, emergem na América Latina propostas teóricas que reivindicam novas formas de pensar a comunicação a partir de seus próprios contextos históricos e culturais. É nesse sentido que Jesús Martín-Barbero (1997) introduz uma virada epistemológica decisiva, ao deslocar a análise centrada nos meios de comunicação, entendidos como canais técnicos de transmissão, para a compreensão das mediações culturais, isto é, dos processos sociais, históricos e simbólicos que estruturam a produção de sentido na comunicação.

Ainda que Martín-Barbero (1997) não mencione diretamente o pensamento decolonial, o autor contribui ao destacar que a comunicação na América Latina exige mudar o olhar da tecnologia para a cultura, das estruturas formais para as práticas

sociais concretas. Isso significa reconfigurar o lugar da recepção, reconhecendo-a não como ponto final do processo comunicacional, mas como espaço de apropriação ativa, onde emergem resistências, ressignificações e novas leituras dos discursos midiáticos. Esse deslocamento é sintetizado por Barbero (1997, p. 16) ao indicar que

[...] a comunicação se tornou para nós questão de mediações mais que de meios, questão de cultura e, portanto, não só de conhecimento mas de re-conhecimento. Um reconhecimento que foi, de início, operação de deslocamento metodológico para re-ver o processo inteiro da comunicação a partir de seu outro lado, o da recepção, o das resistências que aí têm seu lugar, o da apropriação a partir de seus usos.

Nesse mesmo movimento de crítica às matrizes hegemônicas e instrumentais do campo, Sodré (2014) também propõe um deslocamento epistemológico ao afirmar a comunica o como uma ciência dotada de objeto, método e racionalidade próprios. Para o autor, como mencionado, comunicar vai além da simples transmissão de informa es ou do uso de meios técnicos, pois está relacionada   forma como a vida social se organiza simbolicamente, colocando diferenças em rela o e produzindo, tensionando e reorganizando continuamente os vínculos sociais.

Essa perspectiva ganha densidade na contemporaneidade, marcada pela acelera o do tempo, pela simultaneidade e pela circula o intensiva de imagens e afetos, configurando uma forma de vida que extrapola os meios enquanto dispositivos técnicos e passa a estruturar a experiência cotidiana. Trata-se de um ambiente no qual valores, percep es e sensibilidades são continuamente remodelados, produzindo efeitos diretos sobre a constitui o do comum e sobre as formas de pertencimento e reconhecimento social. Ao colocar a comunica o no centro da compreensão dessas dinâmicas, Sodré (2014) reforça sua dimensão cultural,  tica e política, integrando as abordagens latino-americanas que recusam a passividade dos sujeitos e reconhecem a comunica o como espaço de disputa simbólica, agência e produ o ativa de sentidos, em oposi o às lógicas universalizantes e coloniais do saber.

Essa perspectiva rompe com a lógica transmissiva e instrumental da comunica o tradicional (e sob o viés do colonizador), ao deslocar o foco para os processos culturais e históricos que estruturam a produ o de sentido. Mais do que recep o, trata-se de apropria o ativa, ressignifica o e agência cultural dos

sujeitos. Nesse sentido, Berger (2007) sustenta que o desenvolvimento da pesquisa em comunicação na América Latina se deu em meio a profundas contradições sociais e políticas, permeadas por “culturas de silenciamento e submissão, mas também de histórias de luta e resistência” (p. 241), de modo que compreender essa trajetória implica considerar suas condições estruturais de subdesenvolvimento e dependência econômica.

As limitações dos modelos hegemônicos abriram espaço, na América Latina, para perspectivas que não tratam os sujeitos como receptores passivos e homogêneos, a partir de diversos autores, entre eles Luiz Beltrão (1980), Martín-Barbero (1997), Melo (2014), Muniz Sodré (2014), Cicilia Peruzzo (2024), entre outros que serão abordados mais adiante. Diante de uma realidade marcada por desigualdades estruturais e por intensa mobilização social, essas abordagens reconhecem o papel ativo dos sujeitos na construção de sentidos.

Assim, é nesse horizonte teórico latino-americano, que desloca o foco dos meios para os sujeitos e suas práticas sociais, que se insere a contribuição contemporânea de Peruzzo (2024). A autora questiona a centralidade das abordagens que compreendem a comunicação exclusivamente sob uma ótica técnico-mediada, isto é, dirigidas aos aparatos tecnológicos e na lógica dos meios tradicionais, como rádio, TV e internet, desafiando a visão dominante que tende a tratar as práticas comunicativas populares e comunitárias como inferiores. Ao fazer isso, Peruzzo (2024) reafirma a importância de reconhecer essas múltiplas experiências comunicacionais, muitas vezes construídas nos territórios, nas lutas sociais e nos processos de participação popular, como parte constitutiva do próprio campo da comunicação. Para ela, essas práticas não devem ser vistas como exceções ou casos curiosos, mas como expressões legítimas e fundadoras de outras epistemologias comunicacionais, capazes de ampliar o entendimento sobre o que é comunicar, para quem e com quais finalidades. A comunicação, portanto, assume seu papel político-pedagógico ao ser compreendida como um direito humano fundamental, que só pode ser plenamente exercido quando vinculado à autonomia, à escuta e à participação dos sujeitos sociais.

Vale acrescentar ainda o que Norberto Bobbio (2004) compreende sobre os direitos humanos. O autor os compreende como construções históricas, que surgem em contextos sociais e políticos específicos, a partir de disputas por liberdade, igualdade e dignidade. Segundo o autor, não se trata de direitos naturais, dados de

forma fixa e imutável, mas de conquistas progressivas, que se transformam conforme as necessidades e os conflitos de cada período histórico. Essa perspectiva permite compreender que novos direitos não surgem de maneira espontânea ou consensual, mas como resultado de lutas sociais que colocam em questão estruturas de poder já estabelecidas. Trata-se de um processo histórico marcado pela ação coletiva e pela capacidade de articulação social, no qual diferentes atores disputam sentidos, reconhecimento e legitimidade. Nesse sentido, Bobbio dialoga com a formulação de Peruzzo (2024, p. 202) a respeito das organizações e mudanças sociais:

[...] movimentos sociais populares, direitos humanos, cultura e comunicação são fenômenos intercorrentes no espaço concreto de suas realizações, ao longo da história e em conformidade com o nível de consciência e capacidade de articulação social em cada período

Bobbio (2004) aponta que a ampliação dos direitos ocorre de forma gradual e frequentemente conflituosa, uma vez que o reconhecimento de um novo direito pode implicar a limitação ou a supressão de outros anteriormente aceitos. Assim, os direitos não são absolutos nem harmônicos entre si, mas exigem escolhas políticas e jurídicas, especialmente em sociedades complexas. Essa dinâmica evidencia que a consolidação de direitos depende de sistemas normativos capazes de reconhecê-los, protegê-los e garanti-los institucionalmente.

O autor também destaca que os direitos humanos estão profundamente vinculados à democracia e à paz. Para Bobbio (2004), não há democracia efetiva sem o reconhecimento e a proteção dos direitos fundamentais, assim como não é possível garantir esses direitos em contextos marcados pela violência e pela instabilidade política. Em suma,

[...] a democracia é a sociedade dos cidadãos, e os súditos se tornam cidadãos quando lhes são reconhecidos alguns direitos fundamentais; haverá paz estável, uma paz que não tenha guerra como alternativa, somente quando existirem cidadãos não mais deste ou daquele Estado, mas do mundo.” (Bobbio, 2004, p. 1)

Nesse sentido, a efetivação dos direitos humanos exige não apenas sua formulação normativa, mas também mecanismos de promoção, controle e garantia, tanto no âmbito nacional quanto internacional.

Ao tratar das diferentes gerações de direitos, Bobbio (2004) evidencia que os direitos sociais surgem de maneira diretamente associada às transformações da sociedade, diferentemente dos direitos civis e políticos, que durante muito tempo

foram apresentados como universais e naturais. Essa leitura reforça a ideia de que os direitos acompanham as mudanças históricas e sociais, abrindo espaço para o reconhecimento de novas demandas, conforme se transformam as formas de vida, de organização social e de exercício da cidadania.

Nesse debate, torna-se importante distinguir o direito à informação do direito à comunicação. Como discutido anteriormente, a partir das contribuições de França (2007) e Martino (2007), a informação refere-se à organização de conteúdos e dados, ao passo que a comunicação implica processos simbólicos de produção e compartilhamento de sentidos entre sujeitos. Quando essa distinção é transposta para o campo dos direitos, observa-se que o direito à informação costuma ser compreendido, de forma mais restrita, como o direito de acessar e receber informações produzidas por instituições ou meios de comunicação. Já o direito à comunicação amplia essa perspectiva ao incluir a possibilidade de participação ativa dos sujeitos no processo comunicacional, inclusive como emissores de mensagens. Conforme argumenta Vannuchi (2018), não basta ao cidadão ocupar apenas a posição de receptor das mensagens; é necessário que também possa participar da produção e circulação dos conteúdos no espaço público. Nesse sentido, Peruzzo (2024) destaca que o direito à comunicação envolve não apenas o acesso à informação, mas também as condições políticas, sociais e tecnológicas que possibilitam a expressão, a produção e a difusão de conteúdos por diferentes sujeitos sociais, ampliando as possibilidades de participação democrática nos processos comunicacionais.

É nesse contexto que Peruzzo (2024) propõe e aprofunda a noção do direito à comunicação para além da liberdade de expressão individual, ao enfatizar “a dimensão do acesso ao poder de comunicar, por implicar empoderamento das tecnologias e demais condições necessárias à sua concretização” (p. 219). Ou seja, não se trata apenas do direito de receber informações, mas também de produzi-las e difundi-las. Como afirma a autora:

As liberdades de informação e de expressão postas em questão na atualidade não dizem respeito apenas ao acesso da pessoa à informação como receptor [...], mas de assegurar o direito de acesso [...] aos meios de comunicação social na condição de emissores - produtores e difusores de conteúdos (2024, p. 219).

A autora parte da premissa de que o próprio conceito de cidadania se transforma ao longo da história e, com ele, as demandas por novos direitos,

dialogando diretamente com a concepção histórica dos direitos humanos apresentada por Bobbio (2004). Ao analisar a organização atual da sociedade, defende que a comunicação deve ser reconhecida como parte da quinta geração de direitos. A primeira geração refere-se aos direitos individuais e de liberdade; a segunda engloba os direitos de igualdade e os direitos econômico-sociais; a terceira diz respeito aos direitos de solidariedade (Peruzzo, 2024). Já os chamados direitos de quarta geração, associados ao campo do biodireito ou da bioética, referem-se ao direito à vida e às suas formas de reprodução, diante do acelerado desenvolvimento da biotecnologia (Vieira, 2000, apud Peruzzo, 2024). Assim, a autora argumenta que em um mundo atravessado pelos meios de comunicação, é preciso reconhecer os impactos simbólicos desses dispositivos sobre a cultura, o imaginário e a subjetividade, sendo a comunicação parte da quinta geração de direitos.

Como já mencionado, compreendemos a comunicação como um fenômeno social complexo, intrinsecamente ligado à constituição do ser humano e às práticas culturais e simbólicas que estruturam a vida em sociedade. Trata-se de um processo simbólico de compartilhamento de sentidos, mediado por tecnologias e dispositivos técnicos, mas que não se esgota na dimensão instrumental da transmissão de informações. Alinhando-se a perspectivas críticas e latino-americanas, especialmente a partir das contribuições de Peruzzo (2024), Martín-Barbero (1997) e Melo (2014), a comunicação é aqui entendida como prática social e direito humano fundamental, capaz de potencializar a participação, a autonomia e a construção coletiva de sentidos.

Apresentadas essas perspectivas, avançaremos agora para a compreensão da comunicação governamental e do uso da linguagem publicitária como um mecanismo educacional adotado pelos governos. Trata-se de uma dimensão estratégica da comunicação pública, que busca informar, orientar e, sobretudo, influenciar comportamentos sociais por meio de campanhas institucionais voltadas ao interesse público.

2.3 Comunicação pública, propaganda governamental e a linguagem publicitária

Compreendida a comunicação como prática social complexa, interdisciplinar e simbólica, torna-se necessário delimitar com maior precisão o escopo específico desta pesquisa. Nesse sentido, voltamo-nos para o conceito de esfera pública, a fim

de identificar o termo que melhor abarca as práticas comunicativas que se estabelecem na relação entre Estado e sociedade. A partir da revisão bibliográfica, identificamos o termo comunicação pública, que é multifacetado e, muitas vezes, confundido com comunicação política ou comunicação governamental. Considerando o objetivo desta dissertação de analisar práticas comunicativas voltadas à mobilização social e à formação cidadã, discutem-se os conceitos de comunicação governamental e propaganda governamental, de modo a esclarecer suas diferenças e identificar o termo mais adequado à proposta de estudo. Além disso, o trabalho também se debruça sobre o que compreende como linguagem publicitária a partir de Sandmann (1999), buscando explicitar suas características, limites e usos no âmbito da comunicação pública, especialmente quando articulada a ações de interesse coletivo.

Elizabeth P. Brandão (2007), uma das primeiras pesquisadoras a colocar em pauta as discussões sobre a comunicação pública, observa que o termo apresenta múltiplos significados que variam conforme o contexto geográfico e podem gerar conflitos interpretativos. Paulo A. de Sousa Marquêz (2023), ao discutir o conceito a partir de Brandão, ressalta que é possível tensionar duas explicações complementares. Nesse diálogo, afirma que a comunicação pública só faz sentido em um contexto democrático, pois está diretamente vinculada à forma como o Estado se relaciona com a sociedade. Trata-se de uma comunicação que não tem como centro o governo ou suas ações em si, mas o cidadão, entendido como sujeito de direitos, capaz de participar, se expressar e ser escutado em diferentes espaços e por variados meios. Desse modo, pressupõe diálogo, escuta e participação social, e não apenas a transmissão unilateral de informações.

Posto isso, podemos recorrer a Jorge Duarte (2007) para compreender a delimitação de sua atuação. Segundo o autor, ela deve exigir:

(a) compromisso em privilegiar o interesse público em relação ao interesse individual ou corporativo; (b) centralizar o processo no cidadão; (c) tratar comunicação como um processo mais amplo do que informação; (d) adaptação dos instrumentos às necessidades, possibilidades e interesses dos públicos; (e) assumir a complexidade da comunicação, tratando-a como um todo uno. (2007, p. 59)

Brandão (2007) identifica cinco áreas distintas que compõem esse campo: comunicação organizacional, comunicação científica, comunicação política,

estratégias de comunicação da sociedade civil organizada e comunicação do Estado e/ou governamental.

Ao discutir a comunicação organizacional, Brandão (2007) a entende como um conjunto de estratégias e práticas comunicativas desenvolvidas no interior das instituições públicas ou privadas, bem como em suas relações com diferentes públicos. Essa vertente se caracteriza por um enfoque estratégico e planejado da comunicação, voltado ao fortalecimento da identidade institucional, à consolidação da imagem pública e ao alcance de objetivos organizacionais. Conforme destaca a autora, trata-se de uma forma de comunicação cujo foco principal é vender — seja uma imagem, um produto, uma ideia ou uma fé — e, com isso, obter lucro financeiro, prestígio, status ou poder.

Sobre a comunicação científica, Brandão (2007) a compreende como um conjunto de atividades voltadas à criação de caminhos que aproximem o conhecimento científico da vida cotidiana da população. Seu objetivo é despertar o interesse pelos temas da ciência, estimulando a compreensão da natureza, da sociedade e das relações humanas. Ela se aproxima da comunicação pública tanto por sua origem — ligada à difusão de informações em áreas como saúde e agricultura — quanto por seu compromisso com a melhoria das condições de vida e o desenvolvimento social. Nesse sentido, promove o acesso ao saber científico como parte do exercício da cidadania.

Ao se referir à comunicação política, Brandão (2007, p. 8) destaca duas formas principais de compreendê-la:

- (1) a utilização de instrumentos e técnicas da comunicação para a expressão pública de ideias, crenças e posicionamentos políticos, tanto dos governos quanto dos partidos;
- (2) as disputas perenes entre os proprietários de veículos e detentores das tecnologias de comunicação e o direito da sociedade de interferir e poder determinar conteúdos e o acesso a esses veículos e tecnologias em seu benefício.

Assim, a comunicação política envolve tanto a responsabilidade do Estado na divulgação de conteúdos institucionais e na gestão das políticas públicas de comunicação e telecomunicações quanto as disputas em torno do controle dos meios e do acesso social à informação. Nesse contexto, também se inclui a possibilidade de interferência da população nos conteúdos midiáticos em defesa de seus interesses. Importa esclarecer que os meios de comunicação têm dever de

cumprir compromisso com o interesse público, como destaca Berna (2010) ao mencionar a Lei nº 9.795/99.

Outra dimensão identificada por Brandão (2007) refere-se às estratégias comunicacionais desenvolvidas pela sociedade civil organizada, por meio de movimentos sociais, comunidades e organizações do terceiro setor. Essas práticas dialogam com a comunicação popular discutida por Peruzzo (2024). Ao propor o termo ‘movimentos sociais populares’, a autora afirma que se tratam de articulações da sociedade civil que reconhecem ser portadoras de direitos, mas que não os veem efetivados na prática e, por isso, se organizam para reivindicá-los. Nesse sentido, Brandão compreende a prática comunicacional não como exclusividade dos governos, mas como resultado de uma consciência social crescente sobre esses direitos, reconhecendo-a como esfera democrática da comunicação.

Entre essas dimensões, interessa especialmente a comunicação do Estado ou comunicação governamental, por estar diretamente relacionada ao objeto desta pesquisa. Promovida por instâncias estatais como governos, agências reguladoras e prestadoras de serviços públicos, ela tem como finalidade prestar contas à sociedade, divulgar políticas públicas, estimular o engajamento popular e promover o debate democrático. Trata-se de um instrumento de construção da agenda pública e de fortalecimento da cidadania ao tornar visíveis as ações governamentais e incentivar a participação social.

Na prática, manifesta-se principalmente nos dispositivos tecnológicos da grande mídia, como televisão, rádio, impressos e plataformas digitais, sendo frequentemente operacionalizada por meio de campanhas publicitárias. Mais recentemente, como destaca Brandão (2007), observa-se também a utilização de instrumentos que possibilitam participação social mais ativa, como ouvidorias, chamadas gratuitas, centrais de atendimento, conselhos e audiências públicas.

Nesse contexto, Marquêz (2023) apresenta exemplos de campanhas que mobilizam a linguagem da propaganda como estratégia de comunicação pública. Entre elas, destaca-se a campanha “Eu sou brasileiro e não desisto nunca”, promovida pelo Governo Lula em 2004, em parceria com a Associação Brasileira de Anunciantes (ABA) e desenvolvida pela agência Lew’Lara. Na mesma linha, foi lançada posteriormente a campanha “O melhor do Brasil é o brasileiro”, que buscava inspirar e mobilizar diferentes setores da sociedade — como sociedade civil, empresariado, mídia e agentes políticos — em torno da valorização do cidadão. As

peças recorreram a forte apelo emocional, utilizando a música “Tente outra vez”, de Raul Seixas, e narrativas de superação protagonizadas tanto por figuras públicas quanto por cidadãos anônimos (Marquêz, 2023).

Esses exemplos evidenciam que a comunicação governamental, quando orientada pelos princípios da comunicação pública, pode ultrapassar a função meramente informativa e assumir papel formativo, mobilizador e simbólico. Diante disso, é necessário considerar também os limites jurídicos que orientam a comunicação institucional do poder público. Essa comunicação está diretamente respaldada no §1º do artigo 37 da Constituição Federal de 1988, que estabelece:

A publicidade dos atos, programas, obras, serviços e campanhas dos órgãos públicos deverá ter caráter educativo, informativo ou de orientação social, dela não podendo constar nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos (Brasil, 1988).

Em outras palavras, toda divulgação oficial custeada com recursos públicos deve atender ao interesse coletivo. A Constituição determina que essa publicidade cumpra função social — educar, informar ou orientar — ao mesmo tempo em que proíbe seu uso para autopromoção de agentes políticos. No debate sobre a comunicação institucional do poder público, Asdrúbal B. F. Sobrinho (2012) chama atenção para o fato de que frequentemente se desconsidera o potencial da propaganda como linguagem legítima de conscientização e mobilização social.

Segundo Guedes e Malcher (2021, apud Gomes, 2002), a confusão conceitual entre publicidade e propaganda tem origem, em grande medida, em traduções imprecisas das primeiras obras teóricas sobre o tema. Enquanto a publicidade se associa historicamente à promoção comercial de bens e serviços, a propaganda apresenta caráter ideológico, voltado à difusão de ideias, valores e modelos de conduta de natureza política, religiosa, social ou econômica.

Nesse contexto, Emerson Gabardo e Eneida Desiree Salgado (2012, p. 4) definem propaganda governamental como: “paga pelo erário público [...] identificada por obrigatoriamente ter um caráter educativo, informativo ou de orientação social”. Ela se configura quando a comunicação estatal se apropria da linguagem da propaganda como estratégia de mobilização social e formação cidadã.

Quanto à linguagem da propaganda, o argumento encontra respaldo em Antônio José Sandmann (1999). Embora trate da propaganda em sentido amplo, o autor demonstra que essa linguagem é expressiva, criativa e popular, capaz de

mobilizar valores coletivos e refletir as ideologias dominantes de uma sociedade. Segundo ele, a propaganda “se distingue [...] pela busca de recursos que chamem a atenção do leitor, nem que para isso se infrinjam as convenções da gramática normativa” (1999, p. 12) e funciona “até certo ponto, como um espelho dos valores, crenças e ideologias” do seu tempo (1999, p. 34).

Sandmann (1999) também destaca que a propaganda articula diferentes recursos linguísticos e visuais para construir mensagens persuasivas, frequentemente combinando texto, imagem e outros elementos expressivos. Dessa forma, a linguagem da propaganda opera a partir da integração de diferentes estratégias discursivas capazes de ampliar o impacto comunicativo das mensagens e facilitar sua circulação social. Nessa mesma direção, Sant’Anna, Rocha Jr. e Garcia (2009) ressaltam que o anúncio constitui uma das principais peças do sistema publicitário, estruturado para comunicar ideias, produtos ou serviços, despertar interesse e estimular determinados comportamentos no público. Para os autores, a eficácia do anúncio depende de sua capacidade de atrair a atenção, despertar interesse e mobilizar desejos ou disposições no receptor, o que exige conhecimento da natureza humana, dos princípios da comunicação e das características dos diferentes meios e públicos.

Sandmann (1999) explica ainda que diferentes funções da linguagem podem aparecer nos textos propagandísticos, embora algumas assumam maior destaque. Entre elas sobressaem especialmente a função apelativa e a função estética. A função apelativa manifesta-se quando a mensagem se orienta diretamente ao receptor, buscando persuadi-lo ou mobilizá-lo para determinada ação. Já a função estética ocorre quando há cuidado especial com a forma da mensagem, explorando recursos como rimas, jogos de palavras, ritmo e figuras de linguagem para atrair a atenção e facilitar a memorização.

Ainda de acordo com Sandmann, essas funções não operam isoladamente: enquanto a função apelativa direciona o sentido da mensagem, a função estética potencializa seu impacto comunicativo. Sant’Anna, Rocha Jr. e Garcia (2009) complementam essa perspectiva ao afirmar que a publicidade se apoia também em princípios psicológicos relacionados às emoções, aos desejos e às necessidades humanas. Nesse sentido, compreender os interesses, valores e motivações do público torna-se condição fundamental para a construção de mensagens persuasivas capazes de gerar identificação e mobilização social.

Os autores ainda convergem ao destacar que a publicidade ocupa um papel relevante na sociedade contemporânea, tanto por sua influência na circulação de ideias e valores quanto por sua capacidade de sustentar economicamente grande parte dos meios de comunicação. Ao mesmo tempo, reconhecem que a propaganda pode assumir diferentes funções sociais: para alguns, ela estimula o progresso e a circulação de informações; para outros, pode incentivar padrões de consumo nem sempre necessários. Essa ambivalência evidencia que a publicidade não pode ser compreendida de forma isolada, mas como parte integrante das dinâmicas sociais, culturais e econômicas que estruturam a vida contemporânea.

Em síntese, discutir os termos publicidade e propaganda, e optar pela noção de propaganda governamental de interesse público, permite alinhar a análise às exigências constitucionais de impessoalidade e finalidade social, ao mesmo tempo em que reconhece a força persuasiva da linguagem publicitária.

Dessa forma, distinguem-se os conceitos de comunicação governamental e propaganda governamental: enquanto a primeira se concentra na prestação de contas, na transparência institucional e no fluxo informativo entre Estado e sociedade, a segunda se orienta para a mobilização e a educação social, valendo-se de estratégias próprias da linguagem publicitária com vistas à formação da cidadania. Assim, esta pesquisa adota a propaganda governamental como categoria analítica central, compreendendo-a como uma forma legítima de comunicação estatal voltada à conscientização e à mobilização da sociedade em torno de causas de interesse público.

3 EDUCAÇÃO AMBIENTAL E COSMOVISÕES DA TERRA: DA RESPONSABILIDADE POLÍTICA AO DESLOCAMENTO DO RIO COMO SUJEITO

Este capítulo propõe uma reflexão sobre a educação ambiental como responsabilidade política e comunicacional do poder público, articulando-a a uma crítica à racionalidade moderna que separa natureza e sociedade. Parte-se do entendimento de que a crise ambiental contemporânea não é apenas ecológica, mas também cultural e comunicacional, exigindo abordagens que integrem educação, mídia, políticas públicas e cosmovisões alternativas à lógica colonial e utilitarista dominante. Nesse sentido, o capítulo busca fundamentar teoricamente a educação ambiental crítica como prática ético-política, situada no campo da comunicação pública e orientada à formação de uma cidadania ecológica.

Inicialmente, discute-se o papel central da mídia na vida contemporânea e sua influência na construção de sentidos, comportamentos e decisões coletivas. A partir de autores como Buckingham, Peruzzo e Berna, argumenta-se que a educação midiática crítica é condição indispensável para a efetivação do direito à comunicação e para o fortalecimento da democracia, especialmente no que diz respeito às disputas em torno das questões ambientais. Considera-se que a informação ambiental, quando desvinculada de processos educativos e de leitura crítica da mídia, tende a permanecer superficial, fragmentada e subordinada a interesses econômicos, limitando seu potencial de mobilização social. Assim, a educação ambiental é compreendida como indissociável da educação midiática, cabendo ao Estado assumir um papel formativo ativo por meio de políticas de comunicação pública comprometidas com o interesse coletivo.

Na sequência, o capítulo aprofunda a discussão sobre a educação ambiental a partir de uma perspectiva socioambiental e crítica, dialogando com as contribuições de Isabel Carvalho, Moacir Gadotti e Ailton Krenak. Esses autores convergem ao rejeitar a separação entre natureza e cultura, propondo uma compreensão da Terra como espaço relacional, no qual humanos e não-humanos compartilham uma mesma condição de existência. A educação ambiental, nesse enquadramento, deixa de ser uma prática normativa ou comportamental e passa a ser entendida como um projeto ético-político voltado à justiça ambiental, à participação social e à reconstrução das formas de pertencimento ao mundo.

Por fim, o capítulo desloca o olhar para saberes indígenas e quilombolas, incorporando uma crítica descolonial à visão moderna de natureza como recurso. A partir de autores como Walter Mignolo, Ailton Krenak e Antônio Bispo dos Santos, discute-se o reconhecimento da Terra — e, de modo particular, do rio — como sujeito e pessoa, portador de memória, ancestralidade e dignidade. Esse deslocamento epistemológico sustenta a proposta de compreender o rio Sorocaba não como objeto de análise, mas como sujeito de pesquisa, cuja existência está intrinsecamente ligada à vida social, cultural e simbólica da cidade. Ao articular comunicação, educação ambiental e cosmovisões da Terra, o capítulo estabelece as bases conceituais para uma leitura crítica das políticas e práticas comunicacionais do poder público, orientada pela ética da co-pertença e pela responsabilidade política diante da crise socioambiental.

3.1 A educação ambiental como responsabilidade política

Para entender a educação ambiental (EA) como parte da responsabilidade dos governos, recorreremos a David Buckingham (2022, p. 45) ao considerar que “a mídia é uma dimensão central da vida contemporânea”, sendo “fundamental para a política, as operações da economia, as comunicações públicas, as artes e a cultura, as relações pessoais e, cada vez mais, para as nossas vidas íntimas, privadas”. Portanto, a mídia na modernidade não é mero dispositivo técnico: ela organiza o cotidiano, modela comportamentos e influencia nas decisões públicas e privadas. Para uma democracia saudável, argumenta Buckingham (2022), é imprescindível formar cidadãos capazes de ler criticamente e entender como a “mídia funciona, como comunica, como representa o mundo, e como é produzida e usada” (Buckingham, 2022, p. 19). Nesse sentido, Adison Citelli e Sandra Pereira Falcão (2015), argumentam que a mídia dominante contribui para a manutenção de um “jogo de esconde” ao abordar os problemas ambientais de forma superficial e adaptada a interesses econômicos. Em vez de propor soluções ou estimular reflexão crítica, os conteúdos são muitas vezes moldados por interesses econômicos, o que reforça a visão do ambiente como ativo mercadológico e não como espaço de convivência e reconstrução coletiva.

Ao reconhecer que a mídia dominante é uma “forma cultural que proporciona significado e prazer” (Buckingham, 2022, p. 28), compreende-se que ela é construída dentro de contextos culturais e, simultaneamente, contribui para

moldá-los, como apresentado anteriormente. Posto assim, a mídia atribui sentido às experiências, influencia visões de mundo e atua também como fonte de entretenimento, afeto, identificação e desejo. Diante disso, Buckingham (2022) defende que a educação midiática deve ser um requisito básico da atualidade e, portanto, um direito fundamental. Alinhada a essa perspectiva, Peruzzo (2024) propõe que a comunicação seja reconhecida como a quinta geração dos direitos humanos.

As liberdades de informação e de expressão postas em questão na atualidade não dizem respeito apenas ao acesso da pessoa à informação como receptor [...], mas de assegurar o direito de acesso [...] aos meios de comunicação social na condição de emissores - produtores e difusores de conteúdos (Peruzzo, 2024, p. 219)

Esse entendimento reforça que o direito à comunicação não se limita ao acesso à informação, mas envolve também a possibilidade de produzir e compartilhar sentidos sobre o mundo, garantindo que os sujeitos participem dos meios não apenas como receptores, mas também como emissores (Peruzzo, 2024). Ao destacar que os mecanismos midiáticos moldam a cultura e interferem diretamente na maneira de pensar, sentir e perceber o mundo, a autora alerta para a importância de cuidar da “ecologia simbólica da espécie”, pois, assim como se protege o genoma, também é preciso proteger as mentalidades (Peruzzo, 2024, p. 226). Nesse cenário, a educação midiática crítica emerge como uma ferramenta essencial para garantir não apenas a autonomia comunicacional, mas também o fortalecimento de uma cidadania capaz de atuar diante dos desafios contemporâneos – inclusive os relacionados à degradação ambiental.

Essa premissa se torna ainda mais urgente quando se trata da crise ambiental. Vilmar Berna (2010, p. 15) lembra que “a informação ambiental de qualidade e em quantidade suficiente é ferramenta indispensável para a formação e mobilização da cidadania ambiental”. Em outras palavras, dados isolados não bastam: é preciso convertê-los em engajamento e senso de responsabilidade coletiva. Sobre a construção de sentido, vale retomar que França (2007) destaca que a informação só se torna conhecimento quando revestida de sentido pelos sujeitos; Martino (2007) complementa que a comunicação se efetiva somente quando o receptor interpreta e apropria simbolicamente o conteúdo. Assim, o modo como as mensagens sobre o meio ambiente são produzidas, selecionadas e

circulam determina não só o que as pessoas entendem sobre o problema, mas também como (ou se) elas agirão a respeito.

Por isso, educação midiática e educação ambiental devem caminhar juntas. Quando os meios de comunicação privilegiam interesses econômicos e desprezam a proteção da natureza e o bem-estar coletivo, cabe à educação crítica preparar leitores aptos a reconhecer essas distorções e a exigir narrativas que favoreçam escolhas responsáveis. Assim, repensar a EA exige um deslocamento epistemológico: é necessário romper com a concepção naturalista que percebe a natureza como um sistema autônomo, harmônico e alheio à sociedade humana. É nesse sentido que Isabel Carvalho (2004, p. 27) propõe uma abordagem socioambiental, que questiona a visão dominante da natureza como “essencialmente boa, pacificada, equilibrada, estável em suas interações ecossistêmicas”, percebida como um espaço “fora do alcance do ser humano”. Tal representação, embora amplamente disseminada, não é neutra nem objetiva, trata-se de uma construção sócio-histórica, enraizada em valores e expectativas que invisibilizam a co-presença humana nos chamados “ambientes naturais” (Carvalho, 2004). Ao propor a lente socioambiental, Carvalho reconfigura essa concepção: em vez de mundos separados, natureza e sociedade são compreendidas como instâncias coevolutivas, em constante relação de interação e co-pertença.

Essa mudança implica reconhecer a Terra como um organismo vivo, como proposto por Ailton Krenak (2019), que reflete sobre diferentes culturas que ainda percebem a natureza como mãe e provedora, não somente na dimensão da subsistência e manutenção da vida, mas principalmente na esfera simbólica e transcendente que dá sentido à existência. Krenak (2019) corrobora com Carvalho (2007, p. 44) ao dizer que:

Sentimo-nos como se estivéssemos soltos num cosmos vazio de sentido e desresponsabilizados de uma ética que possa ser compartilhada, mas sentimos o peso dessa escolha sobre as nossas vidas. Somos alertados o tempo todo para as consequências dessas escolhas recentes que fizemos. E se pudermos dar atenção a alguma visão que escape a essa cegueira que estamos vivendo no mundo todo, talvez ela possa abrir a nossa mente para alguma cooperação entre os povos, não para salvar os outros, mas para salvar a nós mesmos.

Tanto Isabel Carvalho (2004) quanto Ailton Krenak (2019) convergem ao afirmar que só é possível reconfigurar a relação com o meio ambiente a partir do reconhecimento de que os seres humanos são, também, natureza. Carvalho propõe

abandonar a lógica de separação entre sociedade e ambiente, sustentando que “a natureza e os humanos, bem como a sociedade e o ambiente, estabelecem uma relação de mútua interação e co-pertença, formando um único mundo” (2004, p. 28). Nessa mesma direção, Krenak (2019) insiste na urgência de uma reconexão ética e sensível com a Terra, não como recurso a ser explorado, mas como parte de uma rede viva da qual fazemos parte. Ao romper com a ideia de que a natureza é exterior e oposta à cultura, ambos os autores propõem não se trata apenas proteger o planeta, mas resgatar a consciência de que habitamos uma mesma condição existencial. A co-pertença, nesse sentido, não é uma metáfora, mas um compromisso prático e simbólico de reconexão com a vida, capaz de sustentar uma educação ambiental enraizada em justiça, diversidade e cuidado.

Nessa concepção, o ambiente é um espaço relacional, no qual a presença humana integra a “teia de relações da vida social, natural e cultural e interage com ela” (Carvalho, 2004, p. 29). Importante destacar que essa abordagem não nega a base “natural” da natureza, suas leis físicas e processos biológicos, mas amplia a compreensão do meio ambiente ao reconhecer seus múltiplos atravessamentos simbólicos, históricos e culturais. Assim, rompe-se com a visão dicotômica entre humanidade e natureza e abre-se espaço para reconhecer outras formas de coabitação, como demonstram os modos de vida dos povos indígenas, que historicamente cultivam relações respeitadas com os ecossistemas.

A partir disso, a autora propõe uma educação ambiental crítica. A EA, portanto, precisa constituir-se, antes de tudo, como um projeto ético-político que reposiciona o ser humano “no mundo, convocando-o a reconhecer a alteridade da natureza e a integridade e o direito à existência não utilitária do ambiente” (Carvalho, 2004, p. 123). Dessa maneira, a EA não se limita a transmitir “boas práticas” ou bons comportamentos: busca formar um sujeito ecológico capaz de reconhecer a alteridade da natureza, problematizar conflitos de uso dos bens ambientais e intervir neles de forma solidária e transformadora. Isso requer, simultaneamente, (i) romper com a visão naturalista que separa sociedade e ambiente, adotando a lente socioambiental que vê ambos como co-pertença dinâmica; (ii) trabalhar de modo interdisciplinar, convocando saberes científicos e populares; e (iii) articular educação formal e não-formal, unindo escola, movimentos sociais e comunidades em processos participativos que façam da crise ambiental um tema de reflexão e ação coletiva. Em síntese, sua proposta de EA é uma prática educativa situada na vida

concreta das populações, orientada à justiça ambiental, à democratização das decisões sobre o território e à construção de novas reciprocidades entre necessidades sociais e limites ecológicos.

Nessa mesma direção, Moacir Gadotti (2008) fala sobre a educação para o desenvolvimento sustentável, ela, portanto, deve promover uma nova relação com o planeta, reconhecendo a participação humana no mundo natural e superando a lógica irresponsável que contribuiu para a crise ecológica. Dessa maneira, observa-se uma convergência importante: Krenak (2019), Gadotti (2008) e Carvalho (2004) rejeitam a separação entre natureza e cultura, propondo uma visão de co-pertença em que humanos e ambiente compartilham um mesmo campo de existência. Gadotti (2008) reforça que a educação precisa reeducar o olhar, o coração e os sentidos, construindo uma cultura da sustentabilidade baseada em valores, atitudes e práticas voltadas ao equilíbrio com o outro e com o planeta. Os autores valorizam a interdisciplinaridade e o diálogo entre saberes científicos, populares e tradicionais como fundamentos para uma educação transformadora. Também reconhecem a importância da articulação entre espaços formais e não-formais de aprendizagem, mobilizando escolas, comunidades e movimentos sociais em práticas participativas e territorializadas.

Dessa forma, a educação ambiental crítica proposta por Carvalho (2004) dialoga com a educação para a sustentabilidade defendida por Gadotti (2008) e com a cosmovisão de Krenak (2019), ao compreender a formação humana como um processo ético, político e cultural de reconexão com a Terra. Para os três autores, educar é um ato de pertencimento: significa reconhecer a interdependência entre seres humanos e natureza, superando a lógica utilitarista que reduz o ambiente a recurso.

Ao adotar essa perspectiva, a EA deixa de ser um apêndice dos currículos escolares ou uma estratégia pontual de campanhas ecológicas. Ela se inscreve como prática permanente de formação crítica, que articula ecologia, justiça social, diversidade cultural e ética planetária. Trata-se, em última instância, de aprender a “ficar com o problema”, como propõe Haraway (2023), ou seja, habitar a crise ecológica com responsabilidade, sem reducionismos, reconhecendo a urgência de novas formas de coexistência entre humanos e mais-que-humanos. Para que isso se converta em ação pedagógica efetiva, a EA crítica depende de canais

institucionais - leis, políticas de comunicação pública e verbas orçamentárias - capazes de transformar a reflexão em circulação de sentidos coletivos.

Essas abordagens se articulam com a crítica de Berna (2010), que destaca o papel dos meios de comunicação na formação da consciência ambiental. O autor lembra que, segundo a Lei nº 9.795/1999, todos têm direito à educação ambiental, e que os meios de comunicação de massa têm o dever de colaborar com esse processo. No artigo 3º, parágrafo IV, a lei estabelece que esses meios devem atuar “de maneira ativa e permanente na disseminação de informações e práticas educativas sobre o meio ambiente” (*apud* Berna, 2010, p. 29-40). Essa responsabilidade é ainda mais relevante quando consideramos que veículos de mídia, ao nível nacional, estadual e local, recebem recursos públicos para campanhas informativas. No entanto, nem sempre é possível verificar a transparência desses investimentos. De acordo com as notas de empenho nº 10.204/24 a 10.327/25, publicadas no Portal da Transparência da Prefeitura de Sorocaba (consulta de 20 mar. 2025), foram reservados R\$ 1.245.870,00 para “serviços de publicidade e divulgação institucional”, sem a identificação das campanhas veiculadas, o que já aponta um problema com relação ao destino da verba e possível ausência de campanhas acerca da sustentabilidade.

A educação midiática crítica, como propõe Buckingham (2022), é essencial para que a população reconheça seus direitos, identifique responsabilidades e atue de forma crítica e engajada nas disputas por justiça socioambiental. Aliada à abordagem socioambiental de Carvalho e à cosmovisão de Krenak, ela oferece caminhos para uma transformação cultural profunda, na qual a informação ambiental não seja apenas uma ferramenta de conscientização, mas um meio de construir novos modos de existência, em equilíbrio com a Terra e entre os próprios seres humanos. Nessa perspectiva, educar ambientalmente torna-se também uma responsabilidade política, que convoca o poder público a assumir seu papel formativo na construção de uma cidadania ecológica e na promoção de políticas comunicacionais comprometidas com o bem comum.

Sendo assim, optamos por retomar a visão indígena de Krenak (2019), que reconhece a natureza como pessoa, e a perspectiva quilombola de Antônio Bispo dos Santos (2023), ao discorrer sobre o diálogo entre natureza e pessoas.

3.2 O rio como pessoa

Mignolo (2017) apresenta que a separação entre natureza e cultura tem origem em uma visão cristã ocidental que aborda a natureza em contradição com a cultura, ou seja, concebida como algo exterior ao sujeito humano. O autor cita os aimarás e os quíchuas, povos andinos que sustentam uma cosmovisão baseada na pachamama, termo que pode ser traduzido como Mãe Terra. Para esses povos, natureza e cultura não são dimensões distintas, eles se “[...] viam dentro dela, não fora dela. Assim, a cultura era natureza e a natureza era (e é) cultura.” (2017, p.7). Uma das estratégias centrais do colonialismo, portanto, foi impor a visão ocidental de natureza como algo separado da cultura, descartando saberes ancestrais ligados à pachamama. Ao dominar o conhecimento, a colonização também passou a controlar as subjetividades.

Segundo Mignolo (2017), ao impor essa forma de pensar, a relação do ser humano com o mundo natural se desloca e se transforma: a natureza passa a ser vista como objeto de exploração, associada ao trabalho e à produção. Durante e após a Revolução Industrial, essa ideia se intensifica e a natureza é reduzida a recursos naturais, isto é, ao combustível que alimenta as máquinas e mantém a economia. Tal mudança permanece até hoje, quando a noção de progresso ainda se mede pela capacidade de transformar a Terra em mercadoria, enquanto as civilizações que impõem limites a essa exploração são vistas como “atrasadas” ou “estagnadas”.

Neste trabalho, buscamos ter um olhar intencional para superar a lógica colonial, como propõe Mignolo (2017, p. 6) pensar descolonialmente nada mais é que um “inexorável esforço analítico para entender, com intuito de superar, a lógica da colonialidade por trás da retórica da modernidade”. Por esse motivo, apresentaremos as colocações de pensadores brasileiros quilombolas e indígenas a respeito da relação do ser humano com a natureza.

Para Antônio Bispo dos Santos (2023), conhecido como Nêgo Bispo, o processo de adestramento de um animal começa pela mudança de seu nome. O autor compara o adestramento ao processo de colonização, explicando que ele se inicia ao “desterritorializar o ente atacado, quebrando-lhe a identidade, tirando-o de sua cosmologia, distanciando-o de seus sagrados, impondo-lhe novos modos de vida e colocando-lhe outro nome” (Santos, 2023, p. 12). Ao aproximar o adestramento da colonização, Nêgo Bispo (2023) revela que a estratégia do

colonizador — ou do adestrador — é retirar do colonizado sua cosmologia e seu território, rompendo o vínculo com seus sagrados e modos de vida. Assim como a modernidade, esse processo reforça uma lógica colonial que separa a natureza do humano, tratando-as como partes distintas, quando, na verdade, pertencem a um mesmo mundo.

Para Krenak (2019), a Terra é um organismo vivo que sustenta a nossa existência e, principalmente, dá sentido à vida. Em sua visão, as pessoas estão tão distantes desse organismo que a colonização e o uso da natureza como mercadoria deixaram de ameaçar apenas alguns povos, como os indígenas e os quilombolas, uma vez que, agora, a crise climática representa uma luta pela sobrevivência de toda a humanidade. Krenak (2019) chama a atenção para o fato de que uma humanidade incapaz de reconhecer a natureza como parte de sua própria família também perde a capacidade de sentir compaixão por ela e, portanto, de agir em sua defesa. Estamos, assim, tão afastados dessa cosmovisão que só conseguimos enxergar mercadoria onde há vida.

Tanto Santos (2023) quanto Krenak (2019) denunciam a lógica colonial que rompeu o vínculo simbólico e espiritual entre humanos e natureza. Ambos revelam que a dominação não se deu apenas pela tomada de territórios, mas também pela destruição das cosmologias que sustentavam o sentido de pertencimento à Terra. Em suas perspectivas, o ato de nomear, controlar e explorar o ambiente faz parte de um mesmo projeto de adestramento e separação, que transformou a vida em mercadoria e a natureza em recurso.

A partir dos saberes indígenas e quilombolas, este trabalho compreende a existência como uma relação que reconhece a Terra como ente vivo, dotado de personalidade e dignidade. É nessa direção que Krenak (2019) nos convida a pensar o rio como pessoa, ampliando a noção de sujeito e desafiando a ciência moderna a enxergar nos elementos naturais não objetos de pesquisa, mas companheiros de existência. O autor recorre à própria experiência ao falar do rio Watu, o avô do povo Krenak, lembrando que ele é “uma pessoa, não um recurso” (Krenak, 2019, p. 40) e parte do coletivo habitado em um território específico. Krenak recorda que esse avô, localizado entre Minas Gerais e Espírito Santo, foi coberto por rejeitos tóxicos após o rompimento de uma barragem — um crime que colocou seu povo diante da experiência de um mundo que acabou. Para o povo Krenak, a Terra é um lugar sagrado do qual foram, e continuam sendo desconectados à força.

Krenak (2019) lembra que a ligação com o território era tão profunda que permitia perceber mudanças do tempo, como a chegada da chuva, apenas observando as montanhas, pois estas também eram pessoas, dotadas de personalidade e voz. Ao despersonalizar o rio e a montanha, restringindo as qualidades de sujeito apenas aos humanos, a modernidade transformou a natureza em recurso e reforçou a lógica industrial de exploração. Krenak, então, nos convida a cultivar a coragem de abandonar uma atitude que nega a vida e assumir um compromisso real com ela.

Nesse sentido, Nêgo Bispo (2023) também compreende a vida como fluxo e relação. Para ele, a confluência é a energia que move os encontros e sustenta o sentido de comunidade: “um rio não deixa de ser um rio porque ele conflui com outro rio; ao contrário, ele passa a ser ele mesmo e outros rios, ele se fortalece” (p. 15). Essa imagem ecoa o pensamento de Krenak (2019), para quem a Terra e os rios são seres vivos, dotados de ancestralidade e memória. A confluência, portanto, é mais do que metáfora, é um princípio existencial e político que se opõe à fragmentação imposta pela modernidade. Como explica Bispo, “a cidade é o contrário de mata [...] um território arquitetado exclusivamente para os humanos” (p. 18), expressão máxima dessa ruptura entre humano e natureza. Retomar a confluência é, então, reencontrar o sentido de pertencimento à Terra, reconhecer que o rio continua sendo rio mesmo quando atravessa o concreto. Nessa perspectiva, compreender o rio Sorocaba como sujeito de pesquisa significa confluir com ele: escutar sua voz, sua história e suas dores para repensar a relação entre humanidade, território e vida.

Ao recuperar essas cosmologias, operando de maneira contrária a lógica colonial, este trabalho reconhece o rio como pessoa. Sendo assim, identificamos um sujeito de pesquisa e não um objeto. Reconhecer o rio Sorocaba como sujeito é um gesto de deslocamento epistemológico e, sobretudo, ético. Trata-se de romper com a lógica que o reduz a paisagem ou recurso e, em vez disso, reconhecê-lo como ente vivo de Sorocaba, parte fundamental da cidade e da identidade sorocabana. Considerá-lo como pessoa é, antes de tudo, reconhecê-lo como portador de vida e de direitos, reafirmando que a existência do rio está intrinsecamente ligada à nossa própria existência. Ao assumir essa perspectiva, este trabalho não apenas observa o rio, mas confluir com ele: escutando sua voz, suas memórias e seus alertas, na tentativa de reencontrar o sentido coletivo de pertencer à Terra.

4 SOROCABA EM PERSPECTIVA

Este capítulo tem como ponto de partida a compreensão de que a formação de Sorocaba está diretamente ligada ao rio que a atravessa. Antes de se consolidar como cidade, o curso d'água atuou como elemento fundacional do território, organizando práticas sociais, econômicas e modos de ocupação do espaço urbano. Ainda que central para a constituição da cidade, o rio passa, ao longo do tempo, a ocupar um lugar ambíguo nas narrativas oficiais, sendo simultaneamente referenciado e apagado nos discursos sobre desenvolvimento urbano.

A partir dessa base histórica e simbólica, o capítulo discute a construção de Sorocaba como “cidade sustentável”, analisando a adesão ao Programa Cidades Sustentáveis (PCS) e as campanhas de comunicação pública associadas à temática da sustentabilidade. Esse eixo permite observar as contradições entre o discurso institucional e as práticas efetivas, evidenciando como a sustentabilidade é mobilizada como narrativa estratégica, ao mesmo tempo em que determinadas relações com o meio ambiente, especialmente com o rio, permanecem invisibilizadas.

Em seguida, o capítulo aborda o pensamento de Milton Santos (2006a; 2009b), que oferece uma leitura crítica sobre as forças que atuam nas cidades — as verticalidades, marcadas por lógicas globais e hegemônicas, e as horizontalidades, que emergem das relações cotidianas, da solidariedade e da vida local. Essa base teórica permite compreender Sorocaba como um território de tensões, onde diferentes forças e narrativas disputam o sentido do desenvolvimento urbano.

Esses três eixos se articulam para revelar como a comunicação é parte ativa da disputa por sentidos sobre o território. Ao observar a cidade a partir de suas vozes — do poder público, dos movimentos sociais e da própria natureza —, o capítulo busca compreender como as narrativas produzidas sobre Sorocaba refletem e reconfiguram as relações entre cidade, meio ambiente e cidadania. É nesse cenário de disputas entre verticalidades e horizontalidades que se tornam visíveis os motivos que levaram à inclusão do perfil do então prefeito na pesquisa, como parte das dinâmicas comunicacionais que atravessam o território.

4.1 Sorocaba se forma pelo Rio

Sorocaba é o encontro de dois biomas – o Cerrado e a Mata Atlântica (na figura 1 – Ilustração do rio Sorocaba, é possível ver uma ilustração do início das construções ao entorno do rio).

Figura 1 - Ilustração do rio Sorocaba



Fonte: SESC. Onde nasci passa um rio. Sorocaba: Serviço Social do Comércio, [s.d.]. [panfleto].

Nasceu às margens do rio que lhe dá nome e possibilitou sua ocupação, sendo, assim, uma “terra rasgada pelo rio” (SESC, s.d.). A história da cidade tem início em 15 de agosto de 1654 e, desde 2014, integra oficialmente a Região Metropolitana de Sorocaba, composta por 27 municípios (Lei Complementar Estadual nº 1.241/2014), sendo Sorocaba sede e polo articulador. Segundo o § 3º do artigo 25 da Constituição Federal de 1988, uma região metropolitana é um grupo de municípios próximos e interligados, criado por lei estadual para que trabalhem juntos em assuntos que afetam a todos, como transporte, moradia, saneamento e uso do solo. Ilson Juliano Barreto (2013) ressalta que essa estrutura ajuda a lidar com a expansão das cidades, que já ultrapassa as fronteiras de cada município e exige que prefeituras e Estado façam a gestão conjuntamente.

Mesmo com todo o reconhecimento legal de Sorocaba como polo regional, os textos oficiais que contam a história da cidade mencionam o papel do rio Sorocaba estritamente a partir de dados técnicos. No site da Câmara Municipal [2025], onde a história é apresentada em mais detalhes, predominam as narrativas sobre os bandeirantes, o tropeirismo e o crescimento industrial, sendo poucas as menções ao rio. Já no site da PMS existe uma página dedicada ao rio, que o apresenta como o maior e mais importante afluente da margem esquerda do Tietê, com 227 km de extensão em seu trajeto natural, que ele é formado pelos rios Sorocamirim e Sorocabuçu e tem seu primeiro represamento na cidade de Votorantim, na represa de Itupararanga (PMS, s.d.). Nessas narrativas, o rio Sorocaba aparece como coadjuvante do desenvolvimento urbano, e não como parte viva da história da cidade. Assim, o mesmo rio que nomeia o território é também aquele que permanece ausente das narrativas oficiais, como se estivesse à margem da própria cidade que ajudou a formar. Dessa maneira, a comunicação oficial parece seguir uma lógica que, historicamente, tratou esse curso d'água como recurso a ser explorado e não como protagonista do processo de ocupação e desenvolvimento da cidade.

Ao cruzarmos essa descrição com a obra dos autores Manfredini, Guandique e Rosa (2015), percebemos o papel central que o rio teve na formação da cidade. Segundo os autores, os primeiros povos ocuparam justamente as margens do rio e o nome Sorocaba vem do tupi, significando terra rasgada. O próprio relevo da cidade, uma colina com elevações entre 30 e 40 metros acima do nível do rio, condicionou o processo de ocupação e crescimento. Além disso, como mostram os registros históricos, o rio foi quem atraiu os primeiros moradores por oferecer água, argila, madeira e outros recursos essenciais para os seres humanos (Manfredini; Guandique; Rosa, 2015).

Assim como Nêgo Bispo (2023) e Krenak (2019), Manfredini, Guandique e Rosa (2015) também argumentam que o Brasil como colônia de exploração do Império português, reproduziu práticas de retirada de recursos naturais sem considerar os impactos ambientais. Esse modelo, sustentado por uma racionalidade extrativista, se refletiu em Sorocaba, local em que os cursos d'água foram ocupados, desviados ou aterrados para dar lugar à infraestrutura urbana. Dessa maneira, o crescimento da cidade acompanhou o curso do rio Sorocaba, ocupando as colinas

em seu entorno. Essas informações mostram que o rio não é só um dado geográfico, mas parte fundamental da história da cidade.

Para ir contra a lógica colonizadora, recorremos a Nêgo Bispo (2023), ao lembrar que a relação com o território é, antes de tudo, uma relação de comunicação e reciprocidade “temos uma relação orgânica com todas as vidas. Todas as vidas são necessárias, não importantes” (p. 26). Essa compreensão relacional se estende ao tempo: “a geração avó é o começo, a geração mãe é o meio e a geração neta é o começo de novo” (p. 102). Em confluência com Krenak (2019, p. 40), para quem “o rio Doce, que nós, os Krenak, chamamos de Watu, nosso avô, é uma pessoa, não um recurso”, nos permite reconhecer o rio Sorocaba como o avô - aquele que veio primeiro, que deu nome e sentido à cidade antes mesmo de sua fundação. Ele é origem, ancestralidade e memória. Reconhecê-lo como avô é, portanto, reconhecer-lhe dignidade e direito à vida. Afinal, como sintetiza Bispo (2023, p. 18), “a Terra é o anseio original” (na Figura 2 – O rio Sorocaba, uma imagem mais recente do rio).

Figura 2 - O rio Sorocaba



Fonte: GRUPO IMAGEM. III Maratona Fotográfica do Rio Sorocaba (2025).

Disponível em:

<https://www.grupoimagem.org.br/gallery/137403-iii-maratona-fotografica-do-rio-sorocaba>. Acesso em: 19 nov. 2025.

Nesse sentido, temos uma história do rio Sorocaba de desrespeito e negação dos seus direitos. Conforme detalha Camargo (s.d.), o quadro de poluição histórica

do rio Sorocaba, marcado por esgotos domésticos e industriais, remoção de matas ciliares e uso sanitário inadequado, motivou o Serviço Autônomo de Água e Esgoto (SAAE) a instituir, em 2000, o Programa de Despoluição do Rio Sorocaba. Segundo dados oficiais do SAAE (s.d.), o programa mobilizou aproximadamente R\$180 milhões, somando recursos municipais e financiamentos federais, sendo concluído em 2016. As intervenções abrigaram sete Estações de Tratamento de Esgoto (S-1, S-2, Pitico, Itanguá, Quintais do Imperador, Ipaneminha e Aparecidinha), dezessete estações elevatórias e vinte e oito quilômetros de interceptores nas duas margens do rio, além de coletores-tronco nos córregos Supiriri (três quilômetros) e Pirajibu (doze quilômetros). Com esse sistema em operação, a autarquia afirma coletar e afastar 99,2% do esgoto produzido em Sorocaba, tratando 97,5% do volume captado, com remoção média de carga orgânica próxima a 90% - desempenho que supera as exigências do Decreto Estadual n.º 8.468/1976 (SAAE, s.d.). O SAAE (s.d.) atribui a esses resultados a recuperação mais rápida do que o previsto dos níveis de oxigênio dissolvido, a volta de peixes e aves ao trecho urbano e a criação de condições para usos múltiplos do rio, associando as obras à interrupção do processo de degradação ambiental na bacia.

Apesar desse balanço oficial otimista, pouco mais de vinte anos depois do início do Programa de Despoluição, novos monitoramentos começaram a contestar a narrativa de recuperação contínua do manancial. De acordo com matéria de Marcel Scinocca (2024), publicada no G1, o Relatório de Qualidade das Águas 2023 da CETESB classificou o rio como “boa” em Votorantim, mas apenas “regular” no trecho urbano de Sorocaba, onde foram encontradas concentrações de poluentes acima do limite legal. Na sequência, já em 2025, o jornalista Paulo Andrade, do portal Porque, denunciou que o próprio SAAE estaria despejando milhões de litros de esgoto sem tratamento no rio, apoiando-se em relatos de funcionários que teriam sofrido represálias por questionar a prática.

Esse processo está inserido em um cenário urbano que cresce de forma desordenada. O Censo de 2022 mostrou que Sorocaba cresceu 312% em 52 anos, concentrando mais habitantes do que sete capitais brasileiras (Scinocca, 2024). Garcias e Afonso (2013) alertam para os riscos de um modelo de desenvolvimento urbano sem sustentabilidade, marcado pela expansão imobiliária e industrial sem planejamento integrado. Entre os principais impactos estão a degradação dos rios urbanos, a perda de qualidade de vida e o aumento de riscos sanitários.

Tais impactos são evidenciados nos estudos desenvolvidos por Fernanda Fróis dos Santos, publicada pela Uniso Ciência (2024), que mapeia a ocorrência de ilhas de calor em Sorocaba e identifica temperaturas elevadas distribuídas por toda a cidade. No estudo, a pesquisadora identificou a ocorrência e o aumento das ilhas de calor na malha urbana do município ao longo da última década, a partir da comparação entre seus resultados e mapeamentos anteriores que analisaram comparativamente as temperaturas das zonas urbana e rural de Sorocaba entre 2012 e 2013, atestando a presença desse fenômeno climático no espaço urbano da cidade.

Segundo a pesquisadora, o aumento das ilhas de calor em Sorocaba está diretamente relacionado à diminuição da cobertura vegetal e à expansão de construções que utilizam materiais como metal, vidro, concreto e asfalto, os quais absorvem mais calor e reduzem a permeabilidade do solo. Esse processo dificulta a troca térmica e o resfriamento de determinadas áreas do município, além de interferir na dinâmica das chuvas, uma vez que a impermeabilização do solo compromete o processo de evapotranspiração, favorecendo o acúmulo de água e agravando problemas urbanos associados ao clima.

Vale ressaltar que, ainda segundo a reportagem da revista Uniso Ciência (2024), o debate sobre o crescimento urbano de Sorocaba ocorreu no contexto da revisão do Plano Diretor, instrumento legal que orienta a ocupação e o uso do território urbano. É nesse cenário que o tema do clima e de seus impactos tem ganhado centralidade, impulsionado tanto por eventos globais³ quanto por resultados de pesquisas científicas locais que apontam a urgência de rever o modelo de desenvolvimento urbano adotado (Uniso Ciência, 2024). Mesmo diante desse cenário, em 2024, ano em que foram debatidas as diretrizes do Plano Diretor e primeiro ano da reeleição de Rodrigo Manga, a repórter Wilma Antunes, do Portal Porquê, denunciou a condução acelerada do processo de aprovação do Plano. Segundo a reportagem, a proposta foi votada após a inclusão de 52 emendas — de um total de 152 apresentadas — sem consulta à população e apesar dos apelos de moradores e entidades civis. As emendas aprovadas provocaram protestos de manifestantes, que acusaram o texto de favorecer a especulação imobiliária e

³ Durante a realização deste trabalho, em 2025, ocorreu a 30ª Conferência das Partes, em Belém (Pará). Entre os temas centrais do evento estiveram a justiça climática e a valorização dos saberes tradicionais como elementos fundamentais para a proteção ambiental, especialmente no contexto dos países do Sul Global.

beneficiar grandes construtoras. Entre os exemplos apontados nesse sentido estão emendas propostas por um vereador do partido do então prefeito, como a alteração do zoneamento do Jardim Pagliato, que passou a permitir a construção de grandes empreendimentos, e a reclassificação de trechos do distrito do Éden, facilitando o adensamento residencial e comercial.

Nesse cenário, o rio — elemento central na formação histórica de Sorocaba — assim como as próprias necessidades da população sorocabana, passa a ser progressivamente silenciado nas políticas urbanas e ambientais. Esse apagamento não é casual, mas resultado de um projeto de desenvolvimento que prioriza a expansão imobiliária e a lógica do capital, tratando a natureza como recurso funcional, passível de gestão e exploração, e não como parte viva, histórica e constitutiva do território e da vida urbana. Enfrentar essas contradições exige que se amplie o debate sobre o papel da comunicação pública e da mobilização cidadã na defesa do bem comum e do direito à cidade.

4.2 Sorocaba: Cidade Sustentável

O Programa Cidades Sustentáveis (PCS), criado em 2012, propõe-se a incorporar simultaneamente dimensões sociais, ambientais, econômicas, políticas e culturais ao planejamento municipal e, junto aos governos estaduais e municipais, auxilia na “implementação de políticas públicas estruturantes, que contribuam para o enfrentamento da desigualdade social e para a construção de cidades mais justas e sustentáveis” (Cidades Sustentáveis, 2026). Sua lógica é oferecer uma estrutura técnico-política que permita às prefeituras alinhar suas metas locais aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) aprovados pela ONU na Agenda 2030. Para isso, disponibiliza um conjunto abrangente de ferramentas, que inclui: (i) 260 indicadores distribuídos em doze eixos temáticos que abrangem todas as áreas da administração pública municipal; (ii) painel on-line de monitoramento para o Plano de Metas; (iii) software comparativo que permite a análise cruzada de dados entre cidades; (iv) Sistema de Informações Geográficas; e (v) metodologias específicas para o levantamento de dados e elaboração de diagnósticos municipais, construção de mapas de desigualdade e elaboração de planos de metas. O PCS também fornece orientações sobre Planejamento Urbano Integrado e sobre a institucionalização da Política Municipal de Participação Cidadã, além de oferecer

publicações temáticas, guias de gestão urbana, capacitações presenciais e um banco de boas práticas nacionais e internacionais que servem como referência para políticas públicas eficazes. Essas ferramentas visam qualificar a gestão pública municipal e fortalecer a participação cidadã, tornando a sustentabilidade urbana um compromisso efetivo e mensurável.

Com a revisão de 2015, que fez do Programa Cidades Sustentáveis o principal tradutor municipal da Agenda 2030 da Organização das Nações Unidas (ONU), cada meta local passou a dialogar explicitamente com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável, mas sem se desprender das urgências de cada território. Entre os doze eixos temáticos resultantes dessa reconfiguração, o que mais interessa a esta pesquisa é o de “Educação para a Sustentabilidade e Qualidade de Vida”. Ele parte do reconhecimento de que a sustentabilidade urbana depende de cidadãos capazes de transformar informação em conhecimento aplicado e, portanto, de políticas educativas, formais e não-formais, que desenvolvam valores, atitudes e competências orientadas a estilos de vida saudáveis e ambientalmente responsáveis (Cidades Sustentáveis, 2026). Os objetivos inscritos no eixo retomam, de um lado, Carvalho (2004) ao propor uma educação ambiental crítica que problematize conflitos socioecológicos e democratize as decisões sobre o território; de outro, retomam Gadotti (2008, p. 68), para quem educar para o desenvolvimento sustentável exige “equilíbrio do ser humano consigo mesmo e com o planeta” e só se efetiva quando integra currículos, mídia e participação social. Assim, o PCS recomenda que as redes de ensino integrem a temática socioambiental aos projetos pedagógicos, garantam a universalização do acesso e da permanência na escola, fomentem conselhos escolares ativos, articulem educação integral, esporte e cultura, e fortaleçam o papel dos meios de comunicação na disseminação de valores e práticas sustentáveis, especialmente por meio da propaganda governamental, que deve atuar como instrumento de educação ambiental e não apenas como veículo de promoção institucional. O conjunto de 260 indicadores, que vão da alfabetização plena até a presença de temas transversais e infraestrutura acessível, oferece métricas concretas para monitorar se os municípios, ao mesmo tempo, em que perseguem metas globais e cultivam as condições educativas.

Além dos indicadores e diretrizes metodológicas, o programa estabelece compromissos formais às cidades signatárias, que devem ser assumidos pelo

prefeito(a) por meio de carta de adesão oficial, disponível no site do PCS. Nesse documento intitulado, o município reconhece os princípios da Agenda 2030 e se compromete a elaborar, em até 180 dias, um diagnóstico situacional e um Plano de Metas alinhado aos 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável. Esse plano, estruturado com base no Índice de Desenvolvimento Sustentável das Cidades e composto por metas numéricas monitoráveis, deve integrar-se ao Plano Plurianual e ser construído com participação social.

Sendo assim, Sorocaba aderiu voluntariamente ao PCS em 2017 e renovou o compromisso em 2021, com vigência até 2024, assinando a carta-compromisso do programa. Desde então, a PMS passou a carregar o título de cidade sustentável e assumiu um compromisso com a realização de ações concretas voltadas à sustentabilidade e à conscientização da população, sendo esse ingresso ao programa feito de forma voluntária e gratuita. Segundo documento oficial da PMS, em 2023, a cidade inscreveu-se na 4ª edição do Prêmio Cidades Sustentáveis nas categorias “Social” e “Econômica”, concorrendo com os programas Humanização, Feira Orgânica e Mutirão do Emprego, iniciativas voltadas à reinserção social de pessoas em situação de rua, à valorização da agricultura local e ao estímulo à empregabilidade. No mesmo ano, segundo matéria jornalística do G1 (2023), Sorocaba ocupou o segundo lugar no ranking nacional do PCS e o primeiro entre os municípios do estado de São Paulo, dentro da categoria de cidades signatárias ao programa.

No site do Programa Cidades Sustentáveis, constam as boas práticas que Sorocaba vem adotando para cumprir os compromissos assumidos com o programa. Entre as ações destacadas, estão: (i) o Programa Mutirão de Emprego, que promove a inserção ágil de cidadãos no mercado de trabalho por meio da articulação entre empresas e poder público, contribuindo para a dignidade social; (ii) a Coleta de Lixo Eletrônico, iniciativa permanente com ponto fixo de entrega voluntária na sede da Secretaria do Meio Ambiente, voltada à destinação ambientalmente adequada de resíduos tecnológicos; (iii) o Projeto de Arborização Urbana, que prevê a criação de espaços exclusivos e permeáveis nas calçadas para o pleno desenvolvimento das árvores, evitando conflitos com estruturas urbanas como postes, tubulações e acessos; e (iv) o Programa de Eficiência Energética em Prédios Públicos, que inclui a instalação de sistemas de energia fotovoltaica em equipamentos públicos, promovendo sustentabilidade e redução de impactos ambientais.

Ao consultar os indicadores públicos disponíveis no site do PCS, identificamos a ausência de dados em áreas diretamente relacionadas ao escopo desta pesquisa. Indicadores associados aos ODS n.º 2 (Fome Zero e Agricultura Sustentável), n.º 4 (Educação de Qualidade), n.º 6 (Água Potável e Saneamento), n.º 11 (Cidades e Comunidades Sustentáveis) e n.º 13 (Ação contra a Mudança Global do Clima) encontram-se sem preenchimento, o que impossibilita o monitoramento efetivo do cumprimento das metas locais nesses eixos.

Essa lacuna de dados fragiliza, portanto, o compromisso de transparência assumido por Sorocaba ao aderir ao PCS e limita a possibilidade de a população acompanhar, avaliar e participar criticamente das políticas ambientais e educativas em curso. Tal fragilidade contraria, inclusive, o dever legal estabelecido pela Lei n.º 9.795/1999, segundo a qual o poder público deve utilizar os meios de comunicação para difundir informação e educação ambiental. Quando se soma esse déficit de informação local ao cenário nacional – marcado por um retrocesso de 60,7% no cumprimento das metas da Agenda 2030 entre 2015 e 2023 (Madeiro, 2023), surge a questão: de que modo uma cidade inserida em um país que regride nos ODS figura entre as líderes do ranking de sustentabilidade? A resposta depende da coerência (ou incoerência) entre os indicadores que Sorocaba declara ao PCS e as políticas efetivamente implementadas, bem como do grau de transparência e de propaganda governamental voltada a comunicar metas, resultados e desafios à sociedade.

Para o PCS, a educação ambiental é uma ferramenta estratégica para transformar hábitos e formar cidadãos capazes de participar ativamente da construção de um futuro sustentável. Essa premissa alinha-se a Gadotti (2008, p. 62), para quem “o sentido da vida das pessoas está intrinsecamente ligado ao sentido da vida do planeta”, cabendo à educação atribuir intencionalidade às escolhas individuais e coletivas. Nesse contexto, o eixo “Educação para a Sustentabilidade e Qualidade de Vida” chama os governos locais a articular escolas, universidades, meios de comunicação e organizações comunitárias, para que todos se tornem corresponsáveis pelo desenvolvimento do território.

A adesão voluntária de Sorocaba, portanto, não se esgota no preenchimento de planilhas: exige dialogar com a população sobre metas, prazos e resultados, garantindo que cada indicador seja traduzido em ações concretas e conhecidas. O PCS, de fato, entrega um aparato consistente para municipalizar os ODS; sua

efetividade, porém, depende de vontade política, transparência ativa e de uma educação ambiental crítica que combine informação qualificada, participação cidadã e mudança cultural. Embora Sorocaba registre avanços em diversos indicadores, o título de “cidade sustentável” só se consolidará se esses números se tornarem práticas cotidianas, visíveis e co-produzidas com a comunidade, condição indispensável para que a sustentabilidade deixe de ser um selo e se converta em experiência compartilhada.

Diante desse cenário, este trabalho analisa como a Prefeitura de Sorocaba comunica suas ações e compromissos voltados à sustentabilidade, investigando se o título de “cidade sustentável” também se sustenta no campo simbólico da comunicação pública. Parte-se da ideia de que as estratégias de comunicação do poder público funcionam como forças verticais, centralizadas e institucionais, que moldam narrativas oficiais e tentam definir o que deve ser visto e lembrado. Em contrapartida, manifestações oriundas da sociedade civil representam forças horizontais, vindas da própria população, que produzem outras leituras sobre o território e tensionam as versões oficiais. Entre essas iniciativas, destaca-se o Movimento Justiça Climática Sorocaba⁴, tomado aqui como um exemplo das forças horizontais que serão melhor detalhadas em seção posterior.

Assim, este trabalho entende que a comunicação, tanto institucional quanto popular, participa ativamente da disputa por significados sobre o que é ser uma cidade sustentável. Compreender o território, portanto, é também escutar suas vozes, suas ausências e as histórias que correm, como o rio, por debaixo da superfície.

4.3 As forças da cidade - verticalidades x horizontalidades

Para Milton Santos (2006a), a cidade é um território de encontros e contrastes, onde vidas, tempos e experiências se entrelaçam, tornando o espaço urbano uma expressão viva da diversidade humana. O autor a define como um “campo de forças multicomplexo” (2006a, p. 213), resultado da interação simultânea de agentes sociais, econômicos e espaciais. Esses agentes incluem indivíduos,

⁴ Movimento social popular organizado na cidade de Sorocaba no ano de 2024. Segundo Peruzzo (2024), movimentos sociais atuam na defesa e na reivindicação de direitos percebidos como negados, promovendo ações coletivas voltadas à preservação ambiental e à justiça socioambiental. No contexto de Sorocaba, o movimento desenvolve iniciativas de luta pela preservação do rio Sorocaba, articulando pautas ambientais, territoriais e de justiça climática

empresas, instituições como escolas, igrejas e órgãos governamentais, além do próprio ambiente construído, composto por ruas, praças e edificações que exercem funções específicas. Cada elemento, embora possua uma função particular, integra um sistema de relações interdependentes que conecta o local ao global. Assim, a cidade é compreendida como um organismo dinâmico, atravessado por fluxos e influências externas, especialmente aqueles decorrentes da globalização e da lógica do capital, que reconfiguram continuamente sua forma e seu modo de vida.

O autor parte do conceito de espaço banal que é o espaço vivido e compartilhado onde convivem pessoas, instituições e empresas, que funciona como um sistema de objetos animado por um sistema de ações, é o espaço vivido e compartilhado. Em contraste, há o que o autor chama de espaço de fluxos, formado por redes articuladas por interesses hegemônicos, como empresas e grandes estruturas de poder. A partir dessa compreensão, Santos (2006a) identifica forças que emergem da complexidade urbana: a horizontal que diz respeito à relação cotidiana das pessoas com o lugar — uma vivência moldada pelas técnicas, pelos fluxos e pelas estruturas sociais que organizam o espaço. Já a vertical que envolve a presença de camadas históricas e a influência de forças hegemônicas que atuam de maneira centralizada, muitas vezes distantes da realidade local, mas que ainda determinam o modo como a cidade se transforma e é vivida.

Nesse sentido, “as cidades são o ponto de intersecção entre verticalidades e horizontalidades” (Santos, 2006a, p. 193), isto é, entre forças locais e globais que organizam o território de maneiras distintas. As verticalidades, conforme Santos (2006a), correspondem a um tipo de ordenamento externo, planejado a partir dos interesses de grandes corporações, governos e instituições hegemônicas. Elas têm origem no espaço de fluxos, que prioriza a fluidez, a produtividade e o controle, impondo à cidade uma lógica disciplinadora que subordina os interesses do lugar aos objetivos de agentes externos. A cidade, diante dessa lógica, é definida por macroatores, ou seja, agentes que, mesmo atuando fora do território, determinam como ele deve funcionar. Assim, as decisões que moldam o cotidiano local muitas vezes não nascem do lugar, mas obedecem a interesses distantes, o que torna essa lógica vertical dependente e, frequentemente, alienadora (Santos, 2006a, p. 51).

Nesse contexto, Santos (2006a) conceitua as forças centrífugas, como aquelas que conduzem a um processo de verticalização. Isso acontece à medida que as forças centrífugas retiram das regiões a capacidade de comando sobre seus

próprios territórios. Essas forças impõem decisões originadas em centros distantes, como os interesses do comércio internacional, da grande indústria, das políticas públicas centralizadas e do capital financeiro. Tal movimento pode gerar um processo de desestruturação local, quando comparado ao equilíbrio anterior, ou uma reestruturação sob novas lógicas externas, frequentemente alheias às necessidades locais. Em ambos os casos, reforça-se uma lógica vertical que desconsidera os saberes e demandas do território.

Na contramão desse movimento, surgem as forças horizontais que, segundo Santos (2006a, p. 192) “as horizontalidades são zonas de contiguidade que formam extensões contínuas”. Trata-se do espaço banal, onde os agentes se relacionam no mesmo território e constroem vínculos sociais baseados na convivência cotidiana. Nessa lógica horizontal, as atividades locais dependem umas das outras e se desenvolvem a partir dos recursos e conhecimentos do próprio território. Nesse processo, diferentes ritmos, mais rápidos ou mais lentos, se misturam, criando um senso de colaboração e interesse coletivo. Embora o Estado concentre sua atenção nas macros empresas, ampliando, assim, as verticalidades, é justamente nesse tecido horizontal que nascem formas de cooperação econômica, social, cultural e territorial que garantem a sobrevivência coletiva. Mesmo sem pactos formais, os atores locais permanecem em alerta, ajustando-se continuamente às mudanças externas e formulando soluções compartilhadas, evidenciando que a horizontalidade é o alicerce solidário sobre o qual a cidade resiste, interpreta e reconfigura as pressões vindas de fora.

Resultante da lógica horizontal, Santos (2006a) ressalta que surgem as forças centrípetas, aquelas que promovem união e coesão nos territórios. Elas nascem tanto das relações econômicas quanto sociais, podendo seguir padrões estruturados, como os da produção, ou aparecer de forma mais imprevisível, por meio da convivência e dos laços subjetivos entre as pessoas. Conforme Santos (2006a, p. 193), “as forças centrípetas resultam do processo econômico e do processo social, e tanto podem estar subordinadas às regularidades do processo de produção, quanto às surpresas da intersubjetividade”. No campo, ajudam a manter certa uniformidade nas práticas sociais e produtivas; na cidade, favorecem a formação de comunidades e aglomerações; e entre ambos, fortalecem os vínculos que mantêm essas duas realidades conectadas e interdependentes.

A partir dessas reflexões, podemos nos aproximar da discussão de Milton Santos (2009b) sobre a globalização, apresentada em sua obra “Por uma outra globalização”, onde o autor amplia seu olhar sobre as forças econômicas e sociais que moldam o espaço em escala planetária.

Nesse sentido, o autor reflete sobre como o avanço da globalização regula e padroniza o espaço, onde o dinheiro é agente regulador, aprofundando dependências e fissuras sociais (Santos, 2009b). Nesse processo, as verticalidades, sustentadas por redes de informação, ordens técnicas e financeiras, impõem “novos mapas ao mesmo território” (Santos, 2009b, p. 52), alimentando um “incessante processo de entropia” que desfaz contornos locais e recria limites segundo interesses hegemônicos. Quando essa força centrífuga se intensifica, tende a homogeneizar o espaço e a torná-lo “alienado” (Santos, 2009b, p. 108), isto é, distante das práticas e necessidades cotidianas de seus habitantes. A cidade, nesse contexto, transforma-se em um território esquizofrênico: de um lado, os vetores globais que impõem uma nova ordem espacial e econômica; de outro, uma contraordem que emerge da exclusão crescente de pobres e marginalizados (Santos, 2009b).

É justamente nesse cenário que as forças horizontais reafirmam sua relevância. Enquanto o capital projeta sobre o lugar uma racionalidade uniformizadora, as práticas cotidianas mantêm viva a heterogeneidade dos usos e sentidos do espaço, produzindo o que Santos (2009b, p. 114) denomina de “formas de convivência e de regulação criadas a partir do próprio território e que se mantêm nesse território a despeito da vontade de unificação e homogeneização, características da racionalidade hegemônica típica das verticalidades”, ou seja, as contra-racionalidades.

Nessa mesma linha, Joice Berth (2023, p. 13) observa que “a configuração das cidades está permeada por símbolos que estimulam o individualismo e reafirmam a continuidade de supremacias e hierarquias sociais”, mas lembra que esses mesmos símbolos podem ser ressignificados pelas populações que neles se reconhecem ou deles discordam. Desse modo, questionar os signos urbanos torna-se urgente: eles revelam que a cidade “não é, e nunca foi, livre dos discursos que a constroem” (Berth, 2023, p. 18). É possível, na colocação de Berth (2023), compreender que as forças horizontais são fundamentais para tensionar as imposições das forças verticais.

Nesse contexto, compreender “o espaço de todos: empresas, instituições, pessoas; o espaço das vivências” (Santos, 2009b, p. 52) exige identificar quais símbolos, rotinas e circuitos expressam a solidariedade horizontal e quais reiteram a dominação vertical. Por isso, analisar os discursos simbólicos, como a propaganda governamental da PMS e as manifestações de comunicação popular, torna-se fundamental para compreender quais forças operam sobre o território. Essas linguagens não apenas informam, mas performam sentidos que podem tanto reforçar a lógica vertical quanto revelar contranarrativas gestadas no cotidiano, nas horizontalidades. Como indica Santos, a mídia local “dá testemunho” de formas de organização que brotam do território e “se antepõem às tendências meramente verticalizantes” (2009b, p. 53). Na colocação de Santos, consideramos a comunicação popular como parte fundamental da mídia local. Assim, compreender essa dialética é fundamental para analisar as desigualdades urbanas e as possibilidades de transformação social.

Quando voltamos nosso olhar às forças horizontais e verticais que atuam em Sorocaba e observamos os acontecimentos mais recentes, destaca-se o projeto Sorocaba Tem Pressa, que inclui a proposta de construção da chamada marginal direita do rio Sorocaba. Atualmente, já existe uma via marginal consolidada em um dos lados do rio, a marginal esquerda, que acompanha parte de seu curso urbano. A marginal direita refere-se, portanto, ao projeto de implantação de uma nova avenida no lado oposto do rio, ampliando o sistema viário ao longo de sua margem. Trata-se de uma intervenção urbana marcada por interesses econômicos que, muitas vezes, avançam sem plena integração ao planejamento urbano e ambiental, afetando diretamente a qualidade de vida da população. A marginal direita, especificamente, é um plano antigo, elaborado há mais de 40 anos, que prevê uma avenida de 1.800 metros, com pistas duplas, calçadas e ciclovia (Ferranti, 2024). Na Figura 3 - Tamanho da obra marginal direita em Sorocaba, é possível visualizar a obra.

Figura 3 - Tamanho da obra marginal direita em Sorocaba



Fonte: PREFEITURA ASSINA acordo com MP para iniciar obras da Marginal Direita do Rio Sorocaba. [captura de tela], G1, 08 out. 2025.

Disponível em:

<https://g1.globo.com/sp/sorocaba-jundiai/noticia/2025/10/08/prefeitura-assina-acordo-com-mp-para-iniciar-obras-da-marginal-direita-do-rio-sorocaba.ghtml>. Acesso em: 19 nov. 2025.

Segundo Sorrilha (2024), a Avenida Dom Aguirre, em Sorocaba, é um exemplo negativo da interferência humana em áreas naturais. Localizada na margem do rio Sorocaba e construída em área de várzea, a via funciona hoje como a principal avenida que acompanha o curso do rio na cidade, sendo frequentemente citada no debate sobre a proposta de construção da chamada marginal direita na margem oposta. A autora lembra que a via apresenta um histórico recorrente de alagamentos, incluindo o episódio de janeiro de 2024, quando mais de 140 milímetros de chuva caíram em apenas duas horas, causando o fechamento da Dom Aguirre e da Avenida Juvenal de Campos, o que resultou na morte de uma mulher que não conseguiu ser socorrida a tempo após o veículo em que estava ficar ilhado. Esse exemplo evidencia a fragilidade ambiental da região e demonstra que ignorar as características naturais do território tem consequências graves.

Sorrilha (2024) ainda aponta que a impermeabilização de uma área alagadiça do rio Sorocaba pode intensificar enchentes, ampliar danos ambientais (como perda de vegetação e impacto sobre fauna e flora), além de acentuar ilhas de calor devido à substituição de áreas verdes por superfícies asfaltadas. No campo urbanístico, a autora ressalta que o projeto ainda pode estimular um adensamento desordenado no entorno, gerando pressões adicionais sobre mobilidade, infraestrutura e qualidade de vida.

Posto isso, voltamos nosso olhar também para o perfil no Instagram do então prefeito Rodrigo Manga, figura central na defesa da construção da marginal direita e amplamente reconhecido nacionalmente como “prefeito tiktoker”⁵ (Rodrigo..., 2025), em função do uso intenso das plataformas digitais como ferramenta de autopromoção e divulgação de ações da administração pública. Até a finalização deste trabalho, enquanto o perfil institucional da Prefeitura Municipal de Sorocaba contava com cerca de 224 mil seguidores, o perfil pessoal de Rodrigo Manga ultrapassava 3 milhões de seguidores, configurando-se como um canal comunicacional de enorme alcance e relevância, com capacidade de influenciar percepções públicas e agendas políticas para além do território municipal. Considerando que Sorrilha (2024) aponta que a própria Prefeitura admite que a área prevista para a obra integra a várzea do rio Sorocaba, torna-se pertinente questionar: quais são os argumentos mobilizados pelas comunicações oficiais para justificar a intervenção?

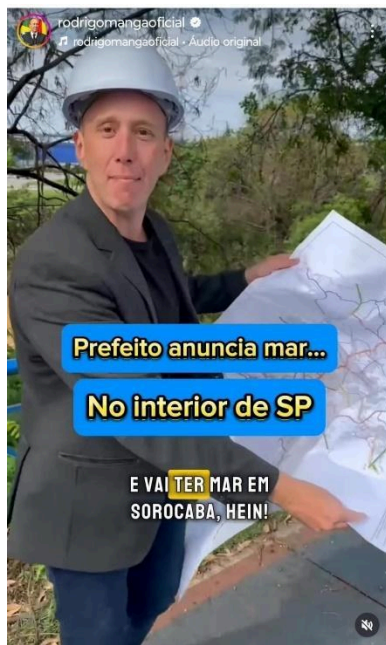
Embora essa discussão seja aprofundada na análise do Capítulo 5, importa antecipar que, entre 2017 e 2024, os canais oficiais da Prefeitura (site institucional, páginas no Facebook e Instagram) e o Jornal do Município de Sorocaba revelam baixa incidência, quando não ausência, de campanhas voltadas à preservação do rio Sorocaba. Esse olhar nos levou a produção de um trabalho apresentado na V Jornada de Ciências da Comunicação da Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra, em 2024, intitulado “As verticalidades como inimigas do Rio: análise das comunicações do prefeito de Sorocaba sobre a construção da marginal direita”. Na ocasião, constatou-se que, entre outubro de 2024 e fevereiro de 2025, houve apenas uma postagem do prefeito relacionada à obra da marginal direita. A publicação, intitulada “Vai ter mar em Sorocaba”, enfatiza supostos benefícios para a mobilidade urbana, argumento que se mostra contraditório tanto em relação ao reconhecimento oficial de que a área prevista integra a várzea do rio quanto às críticas reunidas por Sorrilha sobre os impactos ambientais e urbanísticos previstos.

Além disso, o próprio título da postagem (visto na Figura 4 – Captura de tela do Instagram do Rodrigo Manga), de caráter apelativo, opera quase como uma

⁵ Refere-se à adoção de uma linguagem própria da plataforma TikTok como eixo central da comunicação, caracterizada por vídeos curtos, linguagem informal, edição dinâmica e forte centralidade na imagem pessoal do prefeito. Embora essa linguagem seja originária do TikTok, o conteúdo é amplamente replicado em outras redes sociais, especialmente no Instagram, ampliando seu alcance e circulação.

ironia involuntária: ao aludir à ideia de um “mar” em Sorocaba, acaba evocando justamente o cenário que a impermeabilização da várzea tende a intensificar, isto é, alagamentos cada vez mais extensos no entorno do rio.

Figura 4 - Captura de tela do Instagram do Rodrigo Manga



Fonte: MANGA, Rodrigo. Prefeito anuncia mar... [captura de tela]. Instagram, @rodrigomangaoficial, out. 2024a.

Disponível em: <https://www.instagram.com/p/DBrk9t1PYco/?hl=pt>. Acesso em: 19 nov. 2025.

Assim, a análise indica que a comunicação do prefeito opera sob a lógica da verticalidade, na qual a construção discursiva busca convencer a população da efetividade das ações governamentais, mesmo diante de evidências contrárias. Nesse contexto, evidencia-se o papel da PMS e do então prefeito Rodrigo Manga como força vertical, especialmente quando sua comunicação oficial, ainda que permeada por contradições, atua para legitimar e promover um projeto que atinge diretamente o sujeito rio, reforçando um modelo de desenvolvimento que se impõe às dinâmicas socioambientais do território.

Em contraponto, o movimento Justiça Climática Sorocaba (Figura 5), emerge como força horizontal fundamental, promovendo a participação cidadã e a ampliação sobre o debate público acerca dos impactos socioambientais em Sorocaba⁶. Vale

⁶ O Movimento Justiça Climática foi acompanhado e analisado ao longo do desenvolvimento desta pesquisa, resultando em trabalhos apresentados em eventos científicos da área da Comunicação. Parte das reflexões foi apresentada no 48º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação

ressaltar que a mobilização em defesa do rio ultrapassa os limites municipais e alcança projeção nacional. A pauta chega até Belém (PA), durante a 30ª Conferência das Nações Unidas sobre as Mudanças Climáticas de 2025, para onde foram enviados dois representantes do movimento com o objetivo de formalizar uma denúncia. A ação envolve a entrega de um dossiê completo ao Ministério do Meio Ambiente, a parlamentares e a outras instituições, ampliando a visibilidade e a gravidade do conflito ambiental em torno da marginal direita.

Figura 5 - Movimento Justiça Climática



Fonte: Elaboração própria, 2025

Dessa forma, ao confrontar a comunicação vertical da Prefeitura com a atuação horizontal do movimento Justiça Climática Sorocaba, evidencia-se a disputa simbólica e política em torno do rio Sorocaba e de seu futuro ambiental. A leitura integrada dessas forças permite compreender não apenas o conteúdo das mensagens, mas os projetos de cidade que elas sustentam. Posto assim, avançamos agora para a apresentação detalhada dos procedimentos metodológicos que orientaram esta pesquisa.

(Intercom 2025), no artigo Folkcomunicação: a comunicação popular do Movimento Justiça Climática na defesa do Rio Sorocaba, bem como na 22ª Conferência Brasileira de Folkcomunicação (Folkcom 2025), no trabalho Taxonomia da folkcomunicação: uma análise das categorias utilizadas pelo Movimento Justiça Climática. Esses estudos contribuíram para o aprofundamento teórico e metodológico da análise aqui desenvolvida.

5 AÇÕES ANTAGÔNICAS A RESPEITO DA PRESERVAÇÃO DO RIO

Este capítulo apresenta as metodologias e técnicas utilizadas na pesquisa. Em seguida, são expostos os dados levantados e, por fim, desenvolve-se a análise dos dados e seus resultados.

5.1 Metodologia: análise de conteúdo

Laurence Bardin (1977), ao sistematizar a análise de conteúdo, ofereceu um roteiro claro para tratamento de material comunicacional (verbal, escrito ou visual) com ênfase na operacionalização de categorias e na validade das inferências. Para Bardin (1977), a análise de conteúdo é:

Um conjunto de técnicas de análise das comunicações visando obter por procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens indicadores (quantitativos ou não) que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção (variáveis inferidas) destas mensagens. (Bardin, 1977, p. 48)

Dessa maneira, a análise de conteúdo situa-se entre procedimentos qualitativos e quantitativos com rigorosa operacionalização dos procedimentos. Bardin (1977) organiza o processo em três grandes fases: (a) pré-análise que consiste na apropriação inicial do corpus e envolve quatro processos fundamentais. O primeiro deles é a leitura flutuante, que estabelece o contato preliminar com os documentos a serem analisados; é nessa etapa que surgem as primeiras impressões sobre o corpus. Em um segundo momento, são definidos o material que efetivamente comporá o estudo e as unidades de registro e de contexto que orientarão as etapas seguintes da análise. Neste momento, Bardin (1977) explicita a necessidade de investigar os documentos até sua exaustão, sem omitir qualquer parte, colher amostras que representem o universo estudado, garantir a homogeneidade dos dados coletados e assegurar que os documentos utilizados enquanto fonte de informação realmente correspondam ao objetivo da pesquisa, garantindo rigor técnico e veracidade dos fatos. Com isso, começam a se delinear as hipóteses e os objetivos da pesquisa e, então, constroem-se os indicadores que se organizam em índices e categorias.

Então segue-se para a fase (b) exploração do material. Nesse momento, inicia-se a codificação dos dados, estabelecendo categorias que irão definir o recorte da pesquisa a partir das unidades de registro, como a delimitação de palavras-chave, tema, objetivo, referente, personagem ou acontecimento, e das

unidades de contexto, que são responsáveis por atribuir sentido a cada unidade de registro. Dessa maneira, é possível categorizar o material reunindo grupos de elementos em razão de suas características em comum, seja por agrupamentos semânticos, sintáticos, léxicos ou expressivos. Assim, pode-se isolar os elementos comuns e classificar os demais elementos de acordo com essas regularidades.

Com o material categorizado segue-se para o (c) tratamento dos dados, inferência e interpretação. Nesta fase, é necessário tratar os dados de maneira a serem significativos e válidos. Bardin (1977) propõe a inferência dos dados a partir dos polos da comunicação, que são pontos nos quais o pesquisador deve concentrar-se para ler o corpus. Esses polos correspondem aos elementos clássicos da comunicação: emissor, receptor, mensagem e médium (ou canal). A autora afirma que o estudo da mensagem pode trazer informações sobre o receptor; ou seja, a partir da análise da comunicação da PMS, podemos, em ressonância com Sandmann (1999), inferir aquilo que é mais importante para a PMS dentro do período analisado.

Sobre a metodologia, Bardin (1977) enfatiza a importância de retornar ao referencial teórico para embasar as análises, dando sentido à interpretação. A autora também propõe que, a partir das descobertas, é possível trazer novas perspectivas para os resultados; os dados encontrados serão, portanto, base para uma nova análise e para novas dimensões teóricas.

Inicialmente, voltamos nosso olhar para as plataformas digitais oficiais da Prefeitura Municipal de Sorocaba (Facebook e Instagram), entre 2017 e 2024, com ênfase no Facebook por quatro motivos principais: (a) era a rede mais utilizada pela PMS no início do período estudado; (b) os conteúdos publicados nas diferentes plataformas eram, em grande medida, replicados, de modo que o que aparecia no feed de uma também estava presente na outra; (c) o Facebook dispõe de uma ferramenta de busca que o Instagram não oferece, permitindo filtrar publicações a partir de palavras-chave e mantendo o histórico completo dos conteúdos; e (d) o Instagram não possui ferramenta de busca interna com filtro por ano dentro de um perfil, exigindo rolar manualmente o feed para alcançar publicações antigas. Por conta dessas limitações, não foi possível coletar a totalidade das publicações da PMS; entretanto, o uso do filtro no Facebook possibilitou selecionar uma amostra que refletiu com precisão as categorias de conteúdo que buscávamos analisar.

No site oficial da PMS, localizamos ainda o Jornal Municipal, disponibilizado em formato digital. Trata-se de um material originalmente impresso que foi posteriormente inserido na internet, o que amplia seu alcance e potencial de recepção. No entanto, tanto nas buscas realizadas no Facebook quanto no acervo do Jornal Municipal, os materiais encontrados mostraram-se insuficientes para atender aos objetivos desta pesquisa. Diante desse cenário, buscamos contato direto com a própria PMS e com a Secretaria do Meio Ambiente de Sorocaba, por meio de e-mail e WhatsApp, solicitando o envio de outros materiais que pudessem existir, fossem eles digitais ou físicos. Como não obtivemos retorno, optamos por formalizar o pedido com base na Lei de Acesso à Informação, por meio da plataforma Fala Brasil. A partir dessa solicitação, obtivemos os materiais requeridos, os quais passaram a integrar o corpus da pesquisa e foram submetidos à análise.

Ao longo do desenvolvimento da pesquisa, identificou-se a necessidade de ampliar o olhar analítico para além dos canais institucionais da Prefeitura Municipal de Sorocaba, incorporando também o perfil oficial no Instagram do então prefeito Rodrigo Manga.

Como já mencionado, a inclusão decorre da centralidade assumida por sua atuação comunicacional no debate público local e, principalmente, nacional. Até a finalização deste trabalho, o perfil de Rodrigo Manga acumulava mais de 3 milhões de seguidores, número significativamente superior ao perfil institucional da Prefeitura Municipal de Sorocaba, que contava com 224 mil seguidores, evidenciando uma assimetria relevante na circulação das narrativas políticas.

A análise torna-se ainda mais relevante diante do contexto político vivido pelo município no período final de realização desta pesquisa. Segundo reportagem do Portal Porque, em 2025, Rodrigo Manga foi afastado do cargo no âmbito da Operação Cópia e Cola, conduzida pela Polícia Federal, que investiga suspeitas de corrupção, direcionamento, fraude em contratos da saúde municipal e possível desvio de recursos públicos, incluindo verbas federais vinculadas ao Sistema Único de Saúde (SUS). A investigação permanece sob competência da Justiça Federal, com acompanhamento do Ministério Público Federal, após sucessivas negativas do Superior Tribunal de Justiça (STJ) aos pedidos da defesa para o retorno imediato do prefeito ao cargo, configurando um cenário de desgaste político e instabilidade administrativa no município (Portal Porque, 2025).

Nesse contexto, a comunicação digital do então prefeito assume papel central na disputa por sentidos sobre a cidade, a gestão pública e as obras urbanas em curso. Em suas plataformas, Manga constrói uma imagem fortemente marcada por referências religiosas, descrevendo-se publicamente como “filho de Deus”, o que revela a presença explícita de um posicionamento religioso que extrapola a esfera privada e se articula como elemento de sua agenda política e de sua estratégia comunicacional. Tal dimensão contribui para compreender como valores morais, fé e autoridade política são mobilizados na produção de narrativas públicas, especialmente em momentos de crise institucional.

Dessa forma, a inclusão do perfil de Rodrigo Manga na pesquisa não se dá como deslocamento do foco metodológico, mas como desdobramento analítico coerente com os pressupostos da análise de conteúdo, permitindo compreender como as narrativas personalizadas do poder executivo municipal dialogam, tensionam e, por vezes, se sobrepõem às narrativas institucionais da Prefeitura de Sorocaba. Nos próximos capítulos, faremos a leitura, interpretação e discussão dos dados coletados à luz dessas metodologias, articulando suas contribuições para revelar os sentidos, ausências, práticas e implicações presentes no material e no espaço urbano investigado.

5.2 Comunicação da Prefeitura Municipal de Sorocaba no Instagram e Facebook

Como já mencionado, a metodologia adotada para esta etapa do trabalho é a análise de conteúdo, proposta por Bardin (1977), e o nosso corpus de análise foi, inicialmente, o Instagram e Facebook oficiais da PMS. Essas plataformas foram escolhidas porque, conforme explica Raquel Recuero (2012), as redes, sejam digitais ou presenciais, são formadas por atores (pessoas, instituições ou grupos) e conexões (interações entre esses atores). Entretanto, no ambiente online, essas conexões se ampliam, permitindo que informações circulem com rapidez e alcancem múltiplos públicos. Assim, plataformas como Facebook e Instagram funcionam como mediadoras simbólicas entre o poder público, a PMS no nosso caso, e a população, possibilitando a construção de discursos e o compartilhamento de sentidos sobre o território. Vale considerar ainda que, em 2017, o Facebook alcançou 1,94 bilhão de usuários ativos em todo o mundo e detinha 22,6% do mercado mundial de publicidade móvel, o que a tornava uma das redes mais relevantes para interação

institucional (Reuters, 2017). Além disso, segundo McCarthy (2019), estudos sobre a demografia do Facebook indicam que a plataforma possui um público amplo e diversificado por faixa etária, com representatividade em diferentes grupos. Dados da Edison Research mostram que, em 2017, 79% dos usuários de 12 a 34 anos estavam na rede, caindo para 62% nos anos seguintes, enquanto a faixa de 35 a 54 anos manteve participação expressiva, com 72% em 2017 e 69% em 2019. Além disso, a proporção de pessoas com mais de 55 anos aumentou de 49% para 53% entre 2017 e 2019, evidenciando que a rede não está restrita a um único grupo demográfico e continua a engajar diferentes faixas etárias. Não à toa, nesse período, o Facebook foi o canal mais utilizado pela PMS para comunicar conteúdos à população no ano de 2017. Porém, a relevância muda de plataforma, segundo o relatório Digital 2024: Brazil, existe uma mudança importante no comportamento nas redes digital dos brasileiros em que o Instagram se tornou a terceira plataforma mais utilizada no Brasil a partir de 2024, com 134,6 milhões de usuários, ultrapassando o Facebook, que caiu para a quarta posição, com 111,3 milhões (Alves, 2024).

No Facebook, embora a rolagem do feed também fosse limitada, permitindo visualizar apenas até 2022, a plataforma oferece um filtro por ano que possibilitou chegar às publicações de 2017 a 2024. Assim, a pré-análise foi realizada por meio dessa ferramenta, que permitiu identificar todo o conteúdo do período, ainda que as postagens não apareçam em ordem cronológica, exigindo um levantamento manual rigoroso.

Conforme orienta a metodologia, o objetivo do levantamento foi observar como a PMS construiu suas narrativas sobre sustentabilidade e meio ambiente, com ênfase no rio Sorocaba e no Programa Cidades Sustentáveis, assegurando a maior completude possível do corpus dentro das limitações estruturais das próprias plataformas. A inclusão da categoria Cidades Sustentáveis se deu pela identificação da possibilidade de haver, em peças relacionadas a esse programa, menções ao rio.

Nesse momento de leitura flutuante, enfrentamos dificuldades em identificar peças que apresentassem caráter de educação ambiental, referências ao rio Sorocaba ou menções ao Programa Cidades Sustentáveis. A baixa incidência de publicações relacionadas aos temas de interesse nos levou a expandir o corpus. Assim, além das redes digitais, incorporamos o Jornal Município de Sorocaba⁷

⁷ Publicação Oficial da Prefeitura Municipal de Sorocaba, por meio do Gabinete do Poder Executivo Imprensa Oficial - Lei nº 2.043 - 29/10/1979. Conteúdo disponível no site Oficial da PMS.

(Tabela 2), um periódico impresso e disponibilizado online pela PMS, e solicitamos acesso a materiais institucionais adicionais. Inicialmente, o pedido foi feito via e-mail e WhatsApp, sem resposta e, posteriormente, pela plataforma Fala Brasil, sistema oficial de pedidos via Lei de Acesso à Informação (LAI), que permite ao cidadão requisitar documentos, dados e registros produzidos pelo poder público. Como indicado, o último contato possibilitou o acesso ao material, o qual passou a integrar o corpus de análise e foi examinado à luz da metodologia proposta por Bardin (1977), permitindo aprofundar a compreensão sobre as estratégias comunicacionais adotadas pelo poder público municipal no tratamento das questões ambientais e do rio Sorocaba.

A partir da etapa de pré-análise do material empírico, foram definidas as unidades de registro que orientaram o processo de codificação, conforme apresentado na Tabela 1. Essas unidades foram construídas com base na recorrência temática e na relevância dos conteúdos publicados na comunicação oficial da Prefeitura de Sorocaba no Facebook, no período analisado. Inicialmente, estabeleceram-se como categorias: Programa Cidades Sustentáveis, paisagem, rio como recurso, plantio de árvores, relação com o rio, informação ambiental, enchentes e Zoológico Municipal de Sorocaba.

A inclusão da categoria Zoológico Municipal de Sorocaba justifica-se pela elevada frequência de publicações ao longo da análise, sobretudo a partir de 2021, o que evidencia sua centralidade na agenda comunicacional da gestão municipal. De acordo com informações disponibilizadas no site oficial da Prefeitura Municipal de Sorocaba (s.d.), o Zoológico Municipal Quinzinho de Barros é apresentado como um dos principais equipamentos públicos da cidade e referência nacional, aspecto que se reflete diretamente na produção e circulação desses conteúdos nas redes sociais institucionais. Ainda, segundo a PMS, o espaço abriga centenas de animais de diferentes espécies e tem como objetivo declarado a conservação da fauna, a pesquisa científica e a educação ambiental. Vale ressaltar, entretanto, que o acesso ao zoológico é condicionado à cobrança de ingresso, o que tensiona seu caráter público e evidencia contradições entre o discurso institucional de educação ambiental e a lógica de consumo que atravessa sua gestão e comunicação.

Após a qualificação da pesquisa, optou-se por um refinamento analítico das categorias relacionadas ao rio, desdobrando-as em rio como recurso, rio como paisagem e relação com o rio. Essa separação permitiu uma análise mais precisa

dos enquadramentos discursivos empregados pela comunicação institucional. A categoria Rio como Recurso refere-se às publicações em que o rio é tratado predominantemente sob uma lógica instrumental, associado à utilidade econômica, à gestão técnica ou à prestação de serviços à sociedade. Já a categoria rio como paisagem abrange conteúdos nos quais o rio é apresentado de forma estetizada ou simbólica, desvinculado de problematizações socioambientais mais amplas, reforçando sua percepção como elemento visual ou contemplativo do espaço urbano. Já a categoria relação com o rio compreende publicações que apresentam ações, práticas ou iniciativas promovidas pelo poder público que possibilitam à população vivenciar, compreender ou refletir sobre sua relação com o rio Sorocaba. Inserem-se nessa categoria conteúdos que estimulam o contato direto, a apropriação simbólica ou o reconhecimento do rio enquanto parte constitutiva da vida social, cultural e ambiental da cidade. Essa perspectiva dialoga com a noção de socioambientalismo, conforme discutida por Carvalho (2004), ao compreender o ambiente não como um elemento externo à sociedade, mas como resultado das interações históricas, culturais e políticas entre natureza e sujeitos sociais.

Já as unidades de contexto foram constituídas como propagandas governamentais que, como já definimos, consistem em comunicações produzidas por órgãos oficiais que utilizam linguagem publicitária para conscientizar e mobilizar a sociedade. Com o corpus definido, seguimos para a fase de categorização e codificação dos dados, estruturando tabelas e sistematizando as ocorrências conforme orienta Bardin (1977), etapa que fundamenta as análises apresentadas nos capítulos seguintes. A Tabela 1 se refere ao levantamento realizado no Facebook.

Tabela 1 - Unidade de registro da comunicação oficial no Facebook

Facebook / Rio Sorocaba	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Programa Cidade Sustentáveis	1	0	1	0	0	0	3	0
Paisagem	6	13	7	11	0	0	0	0
Rio Recurso	1	1	1	0	2	3	17	4
Plantio de árvores	4	3	0	0	0	3	2	0
Relação com o rio	3	5	7	1	6	5	3	8
Informação ambiental	7	3	2	0	4	8	5	0
Enchentes	0	0	1	0	1	1	6	4
Zoológico Municipal de Sorocaba	0	0	1	0	10	7	1	3
Total	22	25	20	22	23	27	34	25

Fonte: Elaboração própria, 2025

É importante destacar o contexto político dos anos analisados. Em janeiro de 2017, José Antonio Caldini Crespo (DEM) tomou posse da Prefeitura de Sorocaba. No entanto, seu mandato foi cassado pela Câmara Municipal em agosto do mesmo ano por quebra de decoro e prevaricação e a vice-prefeita Jaqueline Coutinho (PTB) assumiu o cargo, tornando-se a primeira mulher a governar Sorocaba (Jr.; Corrêa, 2017). Posteriormente, Crespo retornou ao cargo em outubro de 2017 após decisão judicial, e Jaqueline também assumiu em outros momentos por razões de licença e disputas internas na gestão, configurando um período de instabilidade política naquele ano.

Jaqueline Coutinho permaneceu como prefeita até o final da legislatura de 2020, ano em que ocorreram novas eleições municipais. Em seguida, Rodrigo Manga (Republicanos) foi eleito prefeito e tomou posse em 1º de janeiro de 2021, exercendo o mandato até o fim de 2024, quando foi reeleito para um novo mandato a ser iniciado em 2025.

Observa-se, portanto, gestões marcadas por problemas que atrapalham o andamento da administração pública, e que se mantiveram ao longo do governo Manga, como já apresentado anteriormente. Dessa maneira, analisaremos separadamente os períodos de 2017 a 2020 e de 2021 a 2024, uma vez que a mudança de gestão implica alterações nas equipes administrativas no que se refere

às prioridades políticas e agendas de comunicação adotadas pelo poder público municipal.

A leitura analítica a seguir se desdobra a partir das categorias identificadas e analisadas nas plataformas digitais.

Entre os anos de 2017 e 2020 (Crespo e Jaqueline), encontramos, respectivamente, 22, 25, 20 e 22 publicações acerca do rio Sorocaba, totalizando 84 publicações em 1461 dias. Já nos anos de 2022, 2023 e 2024 (Manga) identificamos, respectivamente, 23, 27, 34 e 25 postagens relacionadas ao rio Sorocaba, totalizando 90 em 1461 dias.

As publicações da categoria Programa Cidades Sustentáveis foram encontradas apenas 1 vez entre 2017 e 2019 e 3 vezes em 2023, ano em que Sorocaba alcançou o primeiro lugar no ranking estadual e o terceiro entre as cidades brasileiras mais alinhadas aos objetivos do programa. Na legenda da publicação de agosto de 2023, a PMS descreveu o PCS como uma “agenda de sustentabilidade urbana, que incorpora as dimensões social, ambiental, econômica, política e cultural ao planejamento municipal” (Sorocaba..., 2023). A postagem ainda explica que:

As cidades signatárias ao PCS são aquelas responsáveis em apresentar plano de metas, ou seja, instrumentos de planejamento e gestão, além de auxiliar a administração pública a definir as prioridades de governo, objetivos, prazos e compromissos do Executivo Municipal; base de dados (respostas para as 466 variáveis relacionadas diretamente à Agenda 2030 da ONU) e boas práticas, tais como exemplos de políticas públicas que produziram resultados concretos e que servem de inspiração para outras cidades. Atualmente, há, no Brasil, 292 cidades signatárias ao PCS e, levando em conta todas elas, inclusive as capitais, Sorocaba é a 17ª melhor do Estado e a 25ª no País.

Ao analisar as postagens que utilizam a linguagem da propaganda dentro dessa categoria, identificamos um total de duas publicações no ano de 2023 (Figuras 6 e 7). Embora nenhuma delas trate diretamente do rio Sorocaba, sua inclusão mostrou-se necessária para compreender o lugar e a relevância atribuídos pela PMS ao programa em questão.

Ambas as peças recorrem a recursos típicos da linguagem publicitária, ao articular imagens e textos em uma mesma composição, conforme delineado por Sandmann (1999). No entanto, tais publicações não apresentam intenção de mobilizar, sensibilizar ou educar a população, como pressupõe a propaganda governamental segundo Brandão (2007). Dessa forma, ainda que empreguem a

forma publicitária, não podem ser caracterizadas como peças de propaganda governamental propriamente dita.

Figura 6 - Publicação sobre o ranking do PCS.



Fonte: SOROCABA foi eleita 1ª cidade do Estado de São Paulo e 2ª... [captura de tela]. Facebook, Prefeitura de Sorocaba. Ago. 2023.
Disponível em: <https://www.facebook.com/share/p/1D9Cp4cHRj/>. Acesso em: 19 nov. 2025.

Figura 7 - Publicação sobre PCS campeã nacional.



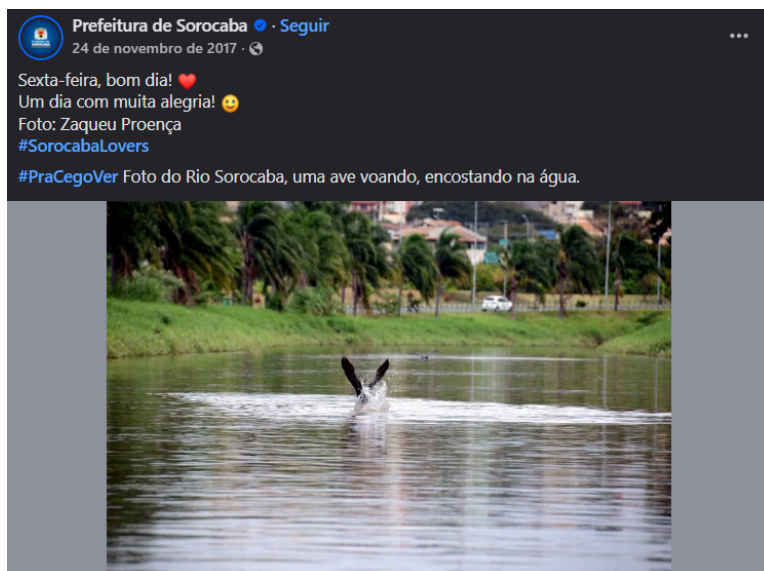
Fonte: SOROCABA, mais uma vez, é destaque em todo o País. [captura de tela]. Facebook, Prefeitura de Sorocaba. Jun. 2017.
Disponível em: <https://www.facebook.com/share/p/1CCPCfo9ac/>. Acesso em: 29 jan. 2025.

Essas publicações mostram que, embora Sorocaba se apresente como cidade alinhada ao Programa Cidades Sustentáveis, a adesão comunicada pela PMS aparece de forma pontual e concentrada apenas em momentos de destaque no ranking. Isso indica que o tema é acionado mais como estratégia de visibilidade institucional do que como pauta contínua de transparência ou acompanhamento das metas. Assim, a sustentabilidade surge na comunicação pública muito mais como reconhecimento obtido do que como processo em construção.

Na categoria rio como paisagem, foram identificadas 6, 13, 7 e 11 publicações referentes, respectivamente, aos anos de 2017, 2018, 2019 e 2020. Cabe destacar que, entre essas publicações, não foram encontradas peças que utilizassem a linguagem da propaganda. Ainda assim, optou-se por incluí-las na análise a fim de compreender de que maneira, ao longo desse período, a PMS construiu discursivamente o rio Sorocaba em sua comunicação.

Trata-se, em sua maioria, de postagens simples, compostas por mensagens de saudação e fotografias do sujeito de pesquisa – o rio Sorocaba –, conforme exemplificado nas Figuras 8, 9, 10 e 11.

Figura 8 - Captura de tela de publicação no Facebook de 2017.



Fonte: PREFEITURA de Sorocaba. Sexta-feira, bom dia! [captura de tela]. Facebook, Prefeitura de Sorocaba. Nov. 2017.

Disponível em: <https://www.facebook.com/share/p/17UhfTJwP7/>. Acesso em: 19 nov. 2025.

Figura 9 - Captura de tela de publicação no Facebook de 2018



Fonte: PREFEITURA de Sorocaba. Bom dia! [captura de tela]. Facebook, Prefeitura de Sorocaba. Mar. 2018.

Disponível em: <https://www.facebook.com/share/p/1FgXdG1TZD/>. Acesso em: 19 nov. 2025.

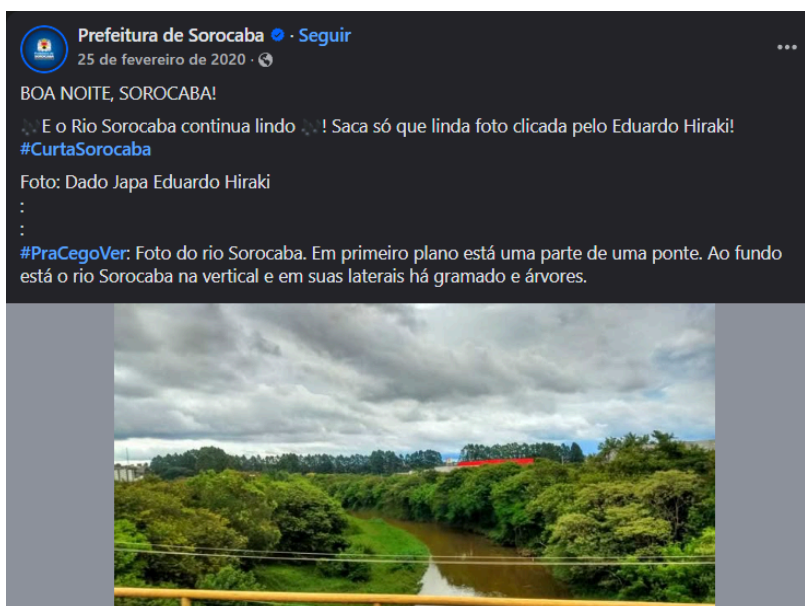
Figura 10 - Captura de tela de publicação no Facebook 2019



Fonte: PREFEITURA de Sorocaba. BOM DIA, SOROCABA! [captura de tela]. Facebook, Prefeitura de Sorocaba. Maio 2019.

Disponível em: <https://www.facebook.com/share/p/1CwCehPYK4/>. Acesso em: 19 nov. 2025.

Figura 11 - Captura de tela de publicação no Facebook 2020



Fonte: PREFEITURA de Sorocaba. BOA NOITE, SOROCABA! [captura de tela]. Facebook, Prefeitura de Sorocaba. Maio 2020.

Disponível em: <https://www.facebook.com/share/p/1FxB7shVB/>. Acesso em: 19 nov. 2025.

Esse padrão de publicações, mais focado em fotos e saudações, mostra que, entre 2017 e 2020, o rio Sorocaba apareceu nas redes da prefeitura mais como paisagem do que como tema de política pública. Em vez de explicar ações, apresentar projetos ambientais ou divulgar dados sobre a situação do rio, a comunicação priorizou postagens leves, repetitivas e pouco informativas. Berna (2010) afirma que, quando se fala em mudança ambiental, “é preciso investigar as raízes verdadeiras da crise ambiental, para não nos iludirmos com mudanças cosméticas” (Berna, 2010, p. 23). Ele também destaca que as crises ambientais resultam de um modelo econômico que “tem sido perverso e predatório não apenas contra o meio ambiente, mas também com os próprios seres humanos” (Berna, 2010, p. 24).

Assim, ao publicar conteúdos que retratam o rio de forma quase decorativa, a prefeitura reforça a ideia de que ele funciona como um recurso a serviço da cidade. Isso se torna significativo ao lembrarmos que 2017 marcou o ano seguinte à conclusão do programa de despoluição — um momento estratégico para envolver a população na continuidade do cuidado com o rio. No entanto, a comunicação oficial não problematizou as causas estruturais da degradação, tampouco abordou as tensões entre desenvolvimento urbano, interesses econômicos e proteção ambiental. Além disso, não foram identificados materiais que orientassem a

população sobre como cuidar e preservar o rio ou que estimulassem um olhar crítico sobre relação com a natureza, o que poderia contribuir para a formação de sujeitos ecológicos, conforme proposto por Carvalho (2006).

No que se refere à categoria rio como recurso, a análise indica que, entre 2021 e 2024, foram identificadas 2, 3, 17 e 4 publicações, respectivamente, que aparecem de forma recorrente ao longo do período analisado. Essa categoria reuniu 23 peças com características de propaganda, conforme proposto por Sandmann (1999).

Das publicações analisadas, 20 referem-se a intervenções e obras realizadas no rio Sorocaba. Essas postagens tratam, majoritariamente, das obras de desassoreamento (Figura 12), uma das promessas do então prefeito Rodrigo Manga, prevista em seu Plano de Governo para o período de 2021 a 2024 — documento no qual, vale ressaltar, esta é a única menção direta ao rio Sorocaba. Segundo informações disponibilizadas no site da Prefeitura Municipal de Sorocaba (s.d.), a intervenção tem como objetivo aprofundar o leito do rio e ampliar suas margens a fim de aumentar o fluxo das águas e minimizar os impactos das enchentes.

Figura 12 - Publicação sobre as obras de desassoreamento



Fonte: A PREFEITURA de Sorocaba e o Serviço Autônomo de Água e Esgoto (Saae), Facebook, Prefeitura de Sorocaba. Maio de 2022.
Disponível em: <https://www.facebook.com/share/p/14vWCmuSH9L/>. Acesso em: 19 de nov de 2025.

Entre as postagens, apenas uma se aproxima do conceito de propaganda governamental de interesse público – aquela que usa da linguagem da propaganda para um fim educacional, ela está mais aproximada do conceito de comunicação governamental (Brandão, 2007) ao prestar contas das obras realizadas pela PMS. A postagem intitulada “Confira mais de 15 obras já realizadas em Sorocaba no combate a alagamento desde 2021 e outras melhorias em andamento” (Figura 13), trata-se de um compilado de imagens que correspondem às mesmas obras já categorizadas anteriormente como obras de desassoreamento no rio Sorocaba. A postagem conteúdo inclui ainda registros de outros pontos de desassoreamento, limpeza na bacia de contenção, reconstrução de pontes, implantação de bocas de lobo, instalação de novas redes de drenagem, trocas e ampliações de travessias, além de serviços de roçagem, desobstrução de passagens de águas pluviais e limpeza de bueiros. Apesar do volume de ações exibidas, a publicação não distingue claramente quais obras foram concluídas e quais estavam em execução, reunindo intervenções realizadas entre 2021, 2022 e 2023.

Figura 13 - Publicação sobre as obras de desassoreamento



Fonte: CONFIRA AS MAIS de 15 obras realizadas em Sorocaba... [captura de tela]. Facebook, Prefeitura de Sorocaba. Fev. 2023.

Disponível em:

<https://www.facebook.com/photo?fbid=497250005913886&set=pcb.497250119247208>.

Acesso em: 19 nov. 2025.

Esse recorte evidencia uma estratégia comunicacional orientada à autopromoção da gestão, na medida em que as postagens apresentam as obras

como solução direta para os problemas de alagamento, ao mesmo tempo em que reforçam a imagem de eficiência administrativa do governo municipal.

Ainda na categoria rio como recurso, nos anos de 2022 e 2023 identificamos três postagens relacionadas à marginal direita: 2 publicadas em 2022 e 1 em 2023. Todas fazem parte do material vinculado ao programa de mobilidade urbana “Sorocaba Tem Pressa”. Entre elas, destaca-se um vídeo classificado como comercial institucional, no qual Sorocaba é apresentada como um “verdadeiro canteiro de obras”. A marginal direita aparece nessa narrativa como uma das intervenções a serem realizadas, porém sem qualquer aprofundamento ou explicação na legenda ou no vídeo sobre sua finalidade, impactos ou relação com o rio. O vídeo é conduzido por um ator vestido com equipamentos de proteção típicos de trabalhadores da construção civil, que se desculpa pelos transtornos das obras, reforçando a ideia de que elas trarão melhorias significativas para a cidade mesmo sem explicitá-las. A trilha sonora reforça esse tom, ao afirmar que “Sorocaba tem sonhos, projetos e planos que há muitos anos estavam esquecidos”. A Figura 14 ilustra um trecho do vídeo:

Figura 14 - Comercial institucional do programa “Sorocaba Tem Pressa”



Fonte: VOCÊ JÁ VIU O NOVO comercial do programa de mobilidade urbana “Sorocaba Tem Pressa”? [captura de tela]. Facebook, Facebook. Dez. 2022.

Disponível em: <https://www.facebook.com/share/p/1FxB7shVB/>. Acesso em: 19 nov. 2025.

As peças operam a partir da lógica da propaganda descrita por Sandmann (1999), combinando texto, imagem, trilha sonora e encenação para produzir um discurso persuasivo, centrado na valorização das obras e na construção de uma imagem positiva da gestão. Nesse contexto, a marginal direita surge apenas de

forma pontual, por alguns segundos, acompanhada de texto sobreposto, sem contextualização técnica ou socioambiental. A articulação das funções da linguagem, conforme descrito por Sandmann (1999), evidencia que o foco da peça não está na informação ou na educação da população, mas na construção de uma narrativa persuasiva e estetizada, orientada à legitimação da obra e à valorização da gestão municipal.

Uma das publicações de 2021 evidencia que o rio é visto principalmente como um recurso natural, ilustrado pela Figura 15. No vídeo publicado em 22 de março, Dia Mundial da Água e Dia do Rio Sorocaba, o material começa mencionando a descida do rio (suspensa naquele ano por causa da pandemia da Covid-19) e depois apresenta informações geográficas, dados sobre abastecimento e a celebração de avanços do programa de despoluição. A narrativa enfatiza que quase todo o esgoto já estaria tratado e que, em breve, a população poderia beber a água do rio que também serviria para a indústria e o agronegócio. Na segunda parte do vídeo, o diretor-geral do SAAE aparece na Estação de Tratamento do Vitória Régia, vinculando as obras ao então prefeito Rodrigo Manga e destacando interceptores, elevatórias e estações de tratamento como conquistas institucionais. O vídeo encerra com os logotipos da Prefeitura, do SAAE e da Secretaria do Meio Ambiente, reforçando seu caráter oficial e promocional. Com isso, é possível inferir um olhar ao rio sobretudo como um recurso, ou seja, algo que abastece, que sustenta a indústria, que pode ser usado, e não como elemento vivo, com valor próprio e com papel ativo na dinâmica da cidade. Mesmo no dia de celebrar a existência do avô que nomeia e dá vida à cidade, é possível detectar que o olhar da PMS sobre ele ainda é de um objeto que deve servir e abastecer a cidade.

Figura 15 - Vídeo sobre o rio Sorocaba



Fonte: COMEMORAMOS HOJE (22) o Dia da Água e o Dia do Rio Sorocaba! [captura de tela]. Facebook, Prefeitura de Sorocaba. Mar. 2021.

Disponível em: <https://www.facebook.com/share/v/1A4yw2c6Gm/>. Acesso em: 19 nov. 2025.

Ao analisar a categoria plantio de árvores, observa-se um hiato de postagens nos anos de 2019, 2020 e 2021. Foram identificadas 4 publicações em 2017, 3 em 2018, 3 em 2022, 2 em 2023 e nenhuma em 2024. Cabe destacar que todas as postagens analisadas nesta categoria se referem a ações de plantio de árvores no contexto do rio Sorocaba.

Dentro dessa categoria, foram identificadas 4 peças que utilizam a linguagem da propaganda, conforme os critérios propostos por Sandmann (1999). Embora essas peças tenham caráter informativo — ao divulgar datas, locais das ações e orientações básicas, como o uso de chapéu e protetor solar, elas também apresentam intencionalidade mobilizadora, ao convocar a participação da população nas atividades propostas. Desse modo, podem ser compreendidas como peças de propaganda governamental (Figura 16), uma vez que buscam estimular o engajamento social em ações de interesse público.

Figura 16 - Publicação da PMS no Facebook com linguagem de propaganda de 2017



Fonte: AMANHÃ TEM PLANTIO às margens do Rio Sorocaba! [captura de tela]. Facebook, Prefeitura de Sorocaba. Mar. 2017.

Disponível em: <https://www.facebook.com/share/1EyXHkH8gg/>. Acesso em: 19 nov. 2025.

Entre as 4 peças identificadas, 3 estão vinculadas a ações comemorativas do Dia Mundial da Água e do Dia do Rio Sorocaba, integrando uma programação denominada Semana da Água. Apenas uma das publicações se afasta desse contexto comemorativo, consistindo em um convite para o plantio de árvores a partir de mudas doadas pela Prefeitura, acompanhado de orientações sobre como a população poderia retirá-las, conforme ilustrado na Figura 17.

Figura 17 - Doação de mudas



Fonte: QUER PLANTAR uma árvore? [captura de tela]. Facebook, Prefeitura de Sorocaba. Out. 2017. Disponível em: <https://www.facebook.com/share/p/1BzTyK3L4V/>. Acesso em: 29 jan. 2026.

No que se refere a categoria relação com o rio, foram categorizadas especificamente as ações de lazer realizadas em torno do rio Sorocaba. No período analisado, identificamos, respectivamente, 3, 5, 7, 1, 6, 5, 3 e 8 publicações associadas a essa categoria, sendo 20 postagens com linguagem da propaganda. À luz da perspectiva proposta por Krenak (2019), que compreende o rio como sujeito e não como recurso, a promoção de experiências de lazer, prazer e conhecimento pode incentivar a população sorocabana a reconhecer o rio para além de sua dimensão estética ou de sua função hídrica, ampliando as possibilidades de vínculo, pertencimento e cuidado.

Entre as peças a que mais se destacou foi o Rio Vai à Escola (Figura 18), cujo objetivo era levar representantes da Secretaria do Meio Ambiente às escolas inscritas — a adesão podia ser feita online por qualquer unidade escolar. O programa buscava sensibilizar estudantes sobre a biodiversidade do rio Sorocaba e a importância da conservação dos recursos hídricos da cidade. Esse conteúdo apareceu 2 vezes em 2022, 1 vez em 2023 e 2 vezes em 2024, porém apenas 1 vez em 2024 como peça de propaganda governamental.

Figura 18 - Informativo sobre o programa "Rio Vai à Escola"



Fonte: AGENDAMENTO ABERTO para o projeto “Rio vai à Escola”. [captura de tela]. Facebook, Prefeitura de Sorocaba. Jun. 2024.

Disponível em: <https://www.facebook.com/share/p/1BwrDV2RFX/>. Acesso em: 19 nov. 2025.

A peça mobiliza recursos característicos da linguagem da propaganda, conforme discutido por Sandmann (1999). No entanto, diferentemente de uma lógica estritamente promocional, o material se apresenta, segundo a própria peça, como uma ação educativa voltada à sensibilização de crianças para a biodiversidade do rio Sorocaba. Esse direcionamento pedagógico desloca o sentido da comunicação para além da divulgação institucional, aproximando-se de uma perspectiva de educação ambiental crítica e decolonial. Nessa abordagem, o meio ambiente não é reduzido a um objeto ou recurso a ser explorado, mas compreendido como um ser relacional, constituído nas interações entre natureza, sujeitos e território, conforme propõe Carvalho (2006). Assim, a peça tensiona os limites entre propaganda e educação ambiental, ao mesmo tempo em que constrói uma narrativa que valoriza o rio e suas formas de vida como parte integrante da experiência urbana e da formação cidadã.

Nessa mesma categoria (rio como recurso), foram identificadas cinco postagens referentes à tradicional descida de barco pelo rio (Figura 19), vinculadas à divulgação da programação comemorativa tanto do Dia do Rio quanto da Semana do Meio Ambiente. Contudo, foi encontrada apenas 1 publicação nos anos de 2017,

2018, 2019, 2021 e 2024. Considerando tratar-se de um evento anual e tradicional no município, esperava-se a presença de ao menos uma postagem para cada ano do período analisado.

Cabe ressaltar que as peças se concentram na divulgação do evento, o qual contribui para incentivar a aproximação da população com o rio, favorecendo a construção de vínculos e experiências significativas com o ambiente natural (Carvalho, 2006). A ação integra uma programação mais ampla, que inclui conversas com especialistas, atividades educativas e encontros do Clube Vida, voltado a pessoas idosas. Destaca-se, ainda, que em 2021, em razão da pandemia de Covid-19, o evento ocorreu em formato on-line (Figura 20).

Figura 19 - Publicação da PMS no Facebook com linguagem de propaganda de 2018



Fonte: ESTÁ CHEGANDO mais uma tradicional Descida do Rio Sorocaba! [captura de tela], Prefeitura de Sorocaba. Facebook. março de 2018.

Disponível em <https://www.facebook.com/share/p/17guiTKqkp/>. Acesso em: 19 de nov de 2025.

Figura 20 - Semana da Água e do Rio Sorocaba

PROGRAMAÇÃO ON-LINE

SEMANA DA ÁGUA E DO RIO SOROCABA
DE 22 A 27 DE MARÇO DE 2021

22/03/2021 (segunda-feira)
9H - DESCIDA VIRTUAL DO RIO SOROCABA
Lançamento do vídeo "Uma viagem ao Rio Sorocaba" no site e nas redes sociais da Prefeitura de Sorocaba.

16H ÀS 17H - ENCONTRO REGIONAL ON-LINE "BOAS PRÁTICAS MUNICIPAIS EM GESTÃO DAS ÁGUAS"
Reunido entre municípios da região de Sorocaba, com o objetivo de realizar a troca de experiências de sucesso relacionadas às boas práticas em gestão das águas. Transmissão pelas redes sociais da Prefeitura de Sorocaba.

23/03/2021 (terça-feira)
10H ÀS 12H - CLUBE RODA VIVA
Atividade on-line realizada com o Clube da Melhor Idade do Parque da Biquinha.

24/03/2021 (quarta-feira)
18H ÀS 19H - ATIVIDADE "CAMINHO DAS ÁGUAS ON-LINE"
Inscrições de 16 a 22 de março.

25/03/2021 (quinta-feira)
18H ÀS 19H - CONVERSA COM O ESPECIALISTA: BIODIVERSIDADE E O RIO SOROCABA
Prof. Dr. Welber Santos Smith.
Atividade on-line. Inscrições de 16 a 23 de março.

26/03/2021 (sexta-feira)
18H ÀS 19H - CONVERSA COM O ESPECIALISTA: URBANIZAÇÃO E A CONSERVAÇÃO DOS RECURSOS HÍDRICOS
Engenheiro agrônomo Deisson Aparecida Ribeiro.
Atividade on-line. Inscrições de 16 a 24 de março.

27/03/2021 (sábado)
10H ÀS 12H - ENCONTRO ON-LINE DO CORVET KIDS: "PASSARINHADA NO PARQUE DAS ÁGUAS"
Atividade on-line realizada pelo Clube Infantil de Observadores de Aves (Coavas). Inscrições até 25 de março, pelo e-mail: sorocaba.semana@gmail.com.

Inscrições: meioambiente.sorocaba.sp.gov.br

Secretaria do Meio Ambiente e Sustentabilidade | Prefeitura de SOROCABA
CIDADE HUMANIZADA E INOVADORA

#DIAMUNDIALDAAGUA

Fonte: DIA DA ÁGUA e Dia do Rio Sorocaba! [captura de tela], Prefeitura de Sorocaba. Facebook. Março de 2021.

Disponível em <https://www.facebook.com/share/p/1CRwN35SkS/> acesso em 29 de jan. de 2026.

Nessa mesma linha, foram identificadas 3 publicações sobre pedaladas ao longo do rio Sorocaba (Figura 21), sendo 2 em 2019 e 1 em 2021. As postagens referem-se a passeios ciclísticos guiados, nos quais um condutor apresenta histórias e curiosidades relacionadas ao rio e ao território urbano que o circunda.

Figura 21 - Pedaladas pelo rio



Fonte: PEDAL SHOW! [captura de tela]. Facebook. Prefeitura de Sorocaba. Set de 2019.

Disponível em <https://www.facebook.com/share/p/1CFi88KWEb/> Acesso em 29 de jan de 2026.

Outras postagens incluem 1 sobre a maratona fotográfica do rio Sorocaba, duas sobre exposições voltadas à biodiversidade do rio, 1 ação realizada em escola sobre esse mesmo tema, 1 atividade do Coaves Kids (Clube Infantil de Observadores de Aves) nas margens do rio e três publicações que descrevem a programação referente ao Dia Mundial da Água e ao Dia do Rio Sorocaba. Em conjunto, essas ações dialogam com a perspectiva defendida neste trabalho, na medida em que incentivam a relação da sociedade com o rio para além de um olhar colonial ou estritamente utilitarista, aproximando-o de vínculos afetivos semelhantes àqueles estabelecidos com pais, amigos ou membros da comunidade. Nessa direção, aproximam-se da concepção apresentada por Krenak (2019) que compreende o território e seus elementos como um ente vivo, dotado de voz, personalidade e capacidade de comunicação, permitindo uma relação tão profunda que possibilita perceber mudanças do tempo e da natureza a partir da convivência cotidiana.

Apesar desse alinhamento conceitual, é possível constatar que, no geral, trata-se de ações pontuais e pouco recorrentes ao longo de todo o período analisado. O fato de terem sido identificadas apenas 20 postagens desse tipo sugere que, mesmo atravessando diferentes gestões, a promoção de uma relação simbólica, educativa e sensível com o rio Sorocaba não se consolidou como uma agenda prioritária na comunicação da Prefeitura Municipal de Sorocaba.

Na categoria informação ambiental, as publicações identificadas mostram-se mais alinhadas ao conceito de comunicação governamental proposto por Brandão (2007), compreendida como uma ferramenta legítima de construção da agenda pública e de fortalecimento da cidadania, ao dar visibilidade às ações do Estado e incentivar a participação social. Embora façam uso da linguagem da propaganda, essas postagens se caracterizam, prioritariamente, por um caráter informativo, voltado à divulgação de ações e iniciativas, sem um investimento mais consistente na mobilização ou na educação ambiental crítica da população. Por essa razão, foram classificadas nesta categoria. Ao todo, foram identificadas seis postagens que se enquadram como peças de propaganda governamental.

Foram identificadas 3 postagens que se voltaram à comemoração de datas sazonais, especialmente vinculadas ao calendário ambiental, como o Dia Mundial da Água e o Dia do Rio Sorocaba (conforme exemplo na Figura 22). As 3 peças utilizam recursos típicos da linguagem da propaganda, conforme discutido por Sandmann (1999), como o apelo visual forte e a simplificação da mensagem. Elementos simbólicos ligados à água e à natureza são mobilizados para produzir identificação afetiva e imediata compreensão do tema, enquanto enunciados diretos e de caráter imperativo reforçam a função persuasiva das mensagens. A presença explícita das marcas institucionais evidencia o caráter governamental das publicações, que, embora se apresentem sob um viés de conscientização ambiental, operam também na construção de uma imagem institucional associada ao cuidado, à responsabilidade e ao compromisso com o meio ambiente.

Figura 22 - Dia Mundial da Água



Fonte: DIA MUNDIAL da Água (22). Facebook. Prefeitura de Sorocaba. Mar de 2022.
Disponível em <https://www.facebook.com/share/p/1AMp94H9jw/> Acesso em 29 de jan de 2026.

Dentro da categoria informação ambiental, encontramos 1 publicação (Figura 23), no ano de 2023, mais alinhada ao objetivo deste trabalho. Nela a prefeitura busca orientar a população sobre o descarte correto do lixo para evitar enchentes, explicando como descartar cada tipo de resíduo e quais são as consequências do descarte inadequado. Ao final, a postagem também informa os locais apropriados para o descarte de resíduos eletrônicos, configurando um raro exemplo de conteúdo com caráter educacional mais direto. Além disso, a peça combina imagem e texto e também adota uma linguagem mais jovem e próxima do público que pretende atingir. O destaque dado à expressão “Se liga” funciona como um recurso de chamada que busca captar a atenção especialmente do público mais jovem, aproximando a mensagem de seu repertório linguístico e cotidiano. Conforme propõe Sandmann (1999), a linguagem da propaganda pode se valer disso para estabelecer maior identificação com o receptor e ampliar o alcance da comunicação. A publicação também mobiliza a função apelativa da linguagem (Sandmann, 1999), ao construir uma mensagem que se dirige diretamente ao destinatário, convocando-o à ação e à responsabilidade individual no cuidado com o espaço urbano.

Figura 23 - Publicação sobre descarte ambientalmente correto



Fonte: A PREFEITURA de Sorocaba, por meio da Secretaria de Serviços... [captura de tela], Facebook. Prefeitura de Sorocaba. Jan de 2023.

Disponível em <https://www.facebook.com/share/p/1Ao6ZaEBD7/>. Acesso em: 19 de nov de 2025.

Outra peça que nos chamou atenção é referente a 2022 (Figura 33) e se ancora estrategicamente no contexto da Copa do Mundo de 2022, evento de grande centralidade midiática, e que, portanto, tem a finalidade de captar a atenção do público e ampliar o alcance da ação. O título opera como um recurso típico da linguagem da propaganda ao estabelecer um jogo semântico entre o futebol e a arborização urbana, apropriando-se de um imaginário coletivo amplamente mobilizado naquele momento. Apesar desse recurso criativo inicial, a peça não explora o potencial persuasivo da linguagem publicitária. Conforme Sandmann (1999), embora haja combinação de imagens e apelo contextual, predominam funções referenciais e informativas, voltadas à divulgação de datas, locais, horários e à explicação dos benefícios ambientais das árvores. O texto assume um tom didático e explicativo, detalhando aspectos ecológicos das copas arbóreas e apresentando a ação de doação de mudas como prática educativa. Vale ressaltar, ainda, que essa foi uma publicação também encontrada no documento interno intitulado Programa Município VerdeAzul 2023, enviado pela prefeitura.

Figura 24 - Torça pela Copa das Árvores

**TORÇA PELA COPA...
...DAS ÁRVORES!**

EXPOSIÇÃO NAS CASAS DO CIDADÃO DE SOROCABA E DOAÇÃO DE MUDAS

21/11 A 3/12

Confira, abaixo, a programação completa:

<p>21 de novembro (segunda-feira)</p> <p>9h às 12h</p> <p>Casa do Cidadão Itaravú</p> <p>Av. Itaravú, 3.415 - Pq. das Laranjeiras</p>	<p>25 de novembro (sexta-feira)</p> <p>9h às 12h</p> <p>Casa do Cidadão Edem</p> <p>Rua Benedito de Oliveira Cassi, 80 - Edem</p>	<p>1 de dezembro (quinta-feira)</p> <p>9h às 12h</p> <p>Casa do Cidadão Nogueira Padilha</p> <p>Av. Nogueira Padilha, 1.460 - VI. Hortência</p>
<p>22 de novembro (terça-feira)</p> <p>9h às 12h</p> <p>Casa do Cidadão Pátio Gané Shopping</p> <p>Av. Afonso Vergueiro, 823 - Centro</p>	<p>29 de novembro (terça-feira)</p> <p>9h às 12h</p> <p>Casa do Cidadão Ipanema</p> <p>Av. Ipanema, 3.439 - Vila Helena</p>	<p>3 de dezembro (sábado)</p> <p>15h às 18h</p> <p>Casa do Cidadão Paço Municipal</p> <p>Av. Eng. Carlos Reinaldo Mendes, 3.041 - Alto da Boa Vista</p>
<p>23 de novembro (quarta-feira)</p> <p>9h às 12h</p> <p>Casa do Cidadão Brigadeiro Tobias</p> <p>Av. Bandeirantes, 4.155 - Brigadeiro Tobias</p>	<p>30 de novembro (quarta-feira)</p> <p>9h às 12h</p> <p>Casa do Cidadão Ipiranga</p> <p>Rua Estado de Israel, 424 - Jd. Ipiranga</p>	

Mais informações:
☎ 3219-2280
sema@sorocaba.sp.gov.br

Secretaria do Meio Ambiente, Proteção e Bem-Estar Animal

Prefeitura de SOROCABA
CIDADE HERMANADA E INOVADORA

Fonte: Prefeitura de Sorocaba, 2025

Por fim, foram reunidas na categoria enchentes as publicações que abordam episódios em que, em decorrência das chuvas, o rio Sorocaba apresentou elevação do nível ou transbordamento, inviabilizando a circulação em determinados pontos da cidade e/ou ocasionando danos à infraestrutura urbana. Nesse recorte, identificou-se 1 publicação em 2019, 1 em 2021, 1 em 2022, 6 em 2023 e 4 em 2024. Do total, 5 postagens foram classificadas como propaganda governamental, uma vez que, além de informar sobre a situação, enfatizam ações do poder público e sua atuação frente aos impactos causados pelas enchentes.

Nesse conjunto, 3 dessas peças, como exemplificado na Figura 25, tratam das ações da PMS durante os períodos de chuvas, destacando medidas emergenciais, como a abertura das Casas do Cidadão para atendimento à população atingida e a mobilização da Defesa Civil estadual. Todas essas publicações utilizam recursos típicos da linguagem da propaganda, conforme Sandmann (1999), ao usar imagens e textos para produzir um efeito de alerta e urgência. O uso de cores intensas, ícones de perigo, imagens associadas à chuva e ao risco, além de textos diretos e imperativos, reforça a função apelativa da

linguagem, orientando o comportamento da população ao mesmo tempo em que evidencia a atuação imediata do poder público.

Figura 25 - Atuação da PMS durante as enchentes.



Fonte: ATENÇÃO! [captura de tela], Facebook, Prefeitura de Sorocaba. Nov de 2024.
Disponível em <https://www.facebook.com/share/p/177Ub2x1Zq/>. Acesso em: 31 de jan de 2025.

Outras 2 peças deslocam o foco das ações emergenciais para medidas preventivas e estruturais voltadas à mitigação de enchentes futuras. Nesse conjunto, uma publicação divulga a iniciativa da PMS de encaminhar uma petição ao Ministério Público solicitando a redução da vazão da Represa de Itupararanga, medida que, segundo a própria prefeitura, poderia contribuir para a diminuição dos impactos das enchentes em períodos de chuva. A outra peça apresenta a projeção de uma proposta de lei (Figura 26) destinada ao reembolso de famílias que venham a perder bens materiais em decorrência das enchentes. Ainda que se refiram a ações prospectivas, ambas também recorrem à linguagem da propaganda, enfatizando a capacidade de planejamento e resposta da gestão municipal, ao associar a imagem do governo à prevenção, ao cuidado e à proteção da população frente aos riscos ambientais.

Figura 26 - Proposta da PMS



Fonte: A PREFEITURA DE Sorocaba irá protocolar, na próxima semana, na Câmara Municipal..., Facebook, Prefeitura de Sorocaba. Mar de 2022.

Disponível em <https://www.facebook.com/share/p/183J8Qqn8D/>. Acesso em: 31 de jan de 2025.

No caso das publicações sobre o zoológico, observamos 3 publicações no ano de 2019, 10 em 2021, 7 em 2022, 1 em 2023 e 6 em 2024. Dentre elas, foram encontradas 6 publicações com caráter de propaganda governamental. Com caráter educativo, as publicações eram voltadas à apresentação de diferentes espécies, incluindo formato de vídeo. A estrutura seguia um padrão: iniciava com uma vinheta ilustrada e, em seguida, aparecia um representante da Secretaria do Meio Ambiente de Sorocaba explicando características de algum animal do zoológico. Na imagem ilustrativa abaixo (Figura 27), por exemplo, vemos um dos vídeos em que o tema abordado é o lobo-guará. Vale ressaltar que o Zoológico Municipal, como já mencionado, é um dos principais cartões-postais de Sorocaba e uma fonte de arrecadação para a prefeitura, o que ajuda a explicar a maior quantidade de postagens dedicadas a esse equipamento nos canais institucionais.

Figura 27 - Introdução do vídeo dos conteúdos voltados ao zoológico



Fonte: VOCÊ CONHECE o Lobo-guará? [captura de tela], Facebook, Prefeitura de Sorocaba. Jul de 2021.

Disponível em <https://www.facebook.com/share/v/1GJBNEvx2H/>. Acesso em: 19 de nov de 2025

A partir de 2022, observa-se um aumento das publicações que adotam uma linguagem mais próxima da propaganda, não apenas em relação ao rio, mas nos conteúdos da prefeitura como um todo. Mesmo assim, o caráter predominante dessas postagens permanece informativo, e não educacional. As publicações se concentram em temas como a comemoração do Dia da Água, a programação da Semana do Meio Ambiente e, sobretudo, as obras de desassoreamento — que aparecem de forma recorrente e funcionam como estratégia de autopromoção, reforçando a ideia de que a administração está resolvendo os problemas de enchentes, sem necessariamente aprofundar discussões socioambientais mais amplas.

A partir da análise das publicações de 2017 a 2024, torna-se evidente que a comunicação oficial da PMS no Instagram e no Facebook sobre o rio Sorocaba não se estrutura como um instrumento de educação ambiental. Ao longo dos anos, prevalece uma abordagem centrada em eventos comemorativos ou na divulgação de obras e intervenções pontuais, o que reforça uma comunicação mais informativa ou promocional do que formativa. Mesmo com a existência do Programa Cidades Sustentáveis, citado apenas de maneira esparsa e sem articulação concreta com práticas educativas, não se observa um esforço sistemático de integrar a população em processos de conscientização, corresponsabilidade ou cuidado ambiental.

Posto isso, fica evidente não só a ausência de uma comunicação que estimule vínculos e aprendizagens em torno do rio, mas também o modo como ele é

reiteradamente apresentado como um recurso natural: útil para abastecimento, para a indústria, para o agronegócio ou um adorno da cidade. Esse enquadramento ecoa uma visão colonialista que reduz o rio a um objeto a ser manejado, e não reconhece seu papel como parte viva e constituinte da própria cidade. Falta, portanto, uma perspectiva decolonial que o compreenda como parente e parte viva da cidade, como propõem Ailton Krenak (2019) e Nêgo Bispo (2024).

Mesmo quando a prefeitura menciona a descida anual do rio, essa referência permanece superficial, sem aprofundar significados culturais, afetivos ou ecológicos que poderiam reforçar a percepção do rio como sujeito e não como objeto. Em vez de dialogar com saberes ecológicos e comunitários, ou de promover práticas contínuas de educação ambiental, a comunicação pública limita-se a divulgar ações administrativas, sobretudo obras de desassoreamento, muitas vezes apresentadas como soluções imediatas para enchentes, sem discussão sobre causas estruturais ou responsabilidades compartilhadas. Assim, o rio Sorocaba, no conjunto dos materiais analisados, não é reconhecido como parte viva da cidade, mas como um componente passivo a ser administrado.

5.3 Comunicação do então Prefeito Rodrigo Manga

Durante a realização deste trabalho, entre 2024 e 2025, ocorreram as eleições municipais em Sorocaba. Em razão disso, as redes digitais oficiais da PMS permaneceram desativadas no período eleitoral, conforme determina a Lei nº 9.504/1997. De acordo com o art. 73, VI, “b”, essa legislação proíbe a veiculação de publicidade institucional nos três meses que antecedem o pleito, durante todo o período eleitoral e até a posse dos eleitos. Assim, os canais oficiais foram interrompidos entre outubro de 2024 e janeiro de 2025, quando retomou suas atividades. Diante dessa limitação, optamos por realizar o levantamento de dados no Instagram do então prefeito Rodrigo Manga – e reeleito em 2025, que esteve à frente do executivo municipal entre 2020 e 2024.

Vale retomar aqui a projeção nacional alcançada por Rodrigo Manga, amplamente reconhecido como “prefeito tiktokker” (Rodrigo..., 2025), em referência ao uso intenso da plataforma de vídeos para se comunicar com o público. Diante disso, ao direcionar também nosso olhar ao perfil do então prefeito no Instagram, foi essencial, principalmente ao considerar que ele se tornou figura central na defesa da construção da marginal direita e utilizava de forma constante e estratégica as redes

sociais como ferramenta de autopromoção e divulgação das ações da administração pública. O Instagram oficial do Rodrigo Manga, cuja conta, até o último momento deste trabalho, somou cerca de 3,8 milhão de seguidores, consideravelmente superior ao da PMS que não chega a 300 mil seguidores. O prefeito consolidou sua imagem como uma espécie de garoto-propaganda de Sorocaba — figura típica da linguagem publicitária, utilizada para gerar identificação emocional com o público ao personificar uma marca (Castro et al., 2007). Por meio dessa estratégia, projetou a cidade nacionalmente com conteúdo de forte apelo sensacionalista e, em diversas situações, com informações distorcidas ou inverídicas sobre seus feitos à frente da administração municipal.

Para a análise do perfil do prefeito, delimitou-se o período entre outubro de 2024 e dezembro de 2025. Essa escolha decorre do fato de que a primeira publicação em que o então prefeito menciona diretamente o rio Sorocaba ocorre em outubro de 2024, estendendo-se a coleta até o momento de finalização da coleta de dados deste trabalho, dezembro de 2025. O objetivo dessa etapa foi compreender como o prefeito se refere ao rio e quais argumentos mobiliza para legitimar projetos de caráter urbanístico, em especial a proposta de construção da marginal direita do rio.

Para categorizar as informações, utilizamos as palavras-chave rio Sorocaba e enchentes e chuvas. Nesta etapa, nosso objetivo principal foi identificar publicações que mencionassem não apenas o rio Sorocaba, mas também a obra da marginal direita, entendida como eixo central do discurso do prefeito sobre o rio (Tabela 2).

Tabela 2 - Organização de dados do perfil oficial do Instagram do Rodrigo Manga

Instagram @rodrigomangaoficial	2024	2025
Rio Sorocaba	2	3
Enchentes e chuvas	3	5

Fonte: Elaboração própria, 2025

Observou-se que Rodrigo Manga adota recursos característicos da linguagem da propaganda para construir uma narrativa altamente persuasiva e orientada à autopromoção. No caso analisado, o prefeito recorre a recursos visuais — como sua presença física no rio Sorocaba — que reforçam a ideia de proximidade com o território e domínio da situação. Ao associar sua imagem às obras realizadas no rio,

a comunicação também cria pistas de ação governamental e de atuação direta do gestor público. Além disso, expressões, enquadramentos e escolhas discursivas socialmente reconhecidas remetem à eficiência, à informalidade e à liderança política. Esses elementos não atuam isoladamente, mas de forma articulada, potencializando a mensagem e direcionando a interpretação do receptor.

Nesse processo, destaca-se sobretudo a função apelativa da linguagem, entendida por Sandmann (1999) como central na propaganda, pois orienta a mensagem diretamente ao receptor, buscando mobilizá-lo, persuadi-lo ou conduzi-lo à adesão a determinada ideia. Essa função manifesta-se tanto por construções interrogativas quanto por estratégias discursivas implícitas que capturam a atenção e criam engajamento. Ao mesmo tempo, observa-se a presença da função estética ou poética, expressa no uso do humor, do exagero e da dramatização, recursos que conferem impacto, produzem estranhamento e facilitam a memorização da mensagem.

Na Figura 28, o então prefeito aparece fazendo churrasco no rio Sorocaba, em uma cena que combina imagem, ação e discurso de forma estratégica. O vídeo se inicia com uma voz fora do enquadramento perguntando “de férias na lancha, prefeito?”, recurso que opera como abertura humorística e funciona como elemento estético e apelativo, captando a atenção do espectador. Em seguida, a narrativa desloca-se para a apresentação das obras realizadas pela prefeitura no rio, construídas discursivamente como soluções diretas para os alagamentos na cidade. Assim, a cena articula razão e emoção, informação e espetáculo, reforçando o argumento de Sandmann (1999) de que a eficácia da propaganda reside justamente na combinação entre funções da linguagem e imagens, especialmente em contextos marcados pela disputa permanente pela atenção do público.

Figura 28 - "De férias na lancha, prefeito?"



Fonte: ESTOU NA represa ou no Rio? [captura de tela], Instagram, @rodrigomanfaoficial, jan de 2024.
Disponível em <https://www.instagram.com/reels/DEm68e3sbSX/>. Acesso em: 19 de nov de 2025.

As publicações priorizam a exaltação de sua figura como gestor eficiente, projetando-o como possível candidato ao governo do Estado de São Paulo. Também reforçam sua autoimagem como líder cristão — por vezes apresentado por ele mesmo como missionário de Deus — e destacam ações de forte apelo sensacionalista, como a distribuição gratuita de refrigerantes e passe gratuito para estudantes⁸, para construir a percepção de melhorias imediatas na cidade. Paralelamente, essas narrativas atenuam ou deslocam a atenção dos aspectos controversos da gestão ambiental e urbanística. Além do uso frequente de superlativos e expressões grandiosas, observa-se a incorporação constante de referências religiosas com foco nas instituições evangélicas, que não apenas aproximam o prefeito de setores conservadores, mas também revestem as ações governamentais de um caráter quase divino, sugerindo que determinadas intervenções seriam parte de uma missão maior.

⁸ Apesar do discurso do Rodrigo Manga, o fim do Passe Livre Estudantil em Sorocaba aconteceu em 2026 e impactou diretamente o acesso de estudantes ao transporte público. Segundo o portal A Nova Democracia (2026), a medida representa um retrocesso no direito à mobilidade e aprofunda desigualdades sociais, especialmente entre estudantes de baixa renda.

Na Figura 20, Manga aparece em uma situação em que afirma estar “salvando” alguém de um ato contra a própria vida. No vídeo, ele afirma: “não estou falando como prefeito, mas sim como missionário da igreja”, o que reforça a estratégia já observada de deslocar sua atuação para um lugar de autoridade moral e espiritual, aproximando-se de setores religiosos.

Figura 29 - Manga como "missionário da igreja"



Fonte: DEUS OPEROU UM MILAGRE NESSE DIA! [captura de tela], @rodrigomanfaoficial, Instagram, setembro de 2024.
Disponível em <https://www.instagram.com/reel/DOM6n0cjAG-/>. Acesso em: 19 de nov de 2025.

Ao recorrer a esse tipo de narrativa dramatizada, que combina espetáculo, emoção intensa e linguagem religiosa, o então prefeito amplia o impacto simbólico de sua figura pública. Assim como em outras publicações, a cena opera para reforçar a ideia de que suas ações ultrapassam o âmbito administrativo, sendo guiadas por uma missão divina. Esse recurso contribui para consolidar uma forma de comunicação política que mistura autopromoção, sensacionalismo e referências espirituais, ao mesmo tempo em que desvia o foco de debates estruturais sobre gestão ambiental, urbanística e participação cidadã.

A única postagem diretamente relacionada à obra da marginal direita, publicada em outubro de 2024 e intitulada “Vai ter mar em Sorocaba”, concentra-se exclusivamente em enaltecer os supostos benefícios para a mobilidade urbana. A narrativa simplifica o impacto da intervenção, evita qualquer discussão ambiental e reforça uma visão espetacularizada da obra, reduzindo o rio a um cenário conveniente para a construção de sua imagem política. Nesse sentido, encontramos, por meio de uma denúncia realizada pelo movimento Justiça Climática – grupo da sociedade civil que se juntou para a defesa do rio, uma imagem bastante controversa relacionada à obra na Figura 30. Nela, uma construtora da cidade manifesta agradecimento pela construção da Marginal Direita antes mesmo de a obra ter sido oficialmente aprovada, mas logo após a reeleição de Rodrigo Manga. Embora o outdoor não explicitamente o destinatário do agradecimento, o contexto temporal de sua veiculação sugere que a mensagem se dirige ao então prefeito. Além disso, a mensagem sugere possíveis alinhamentos prévios entre governo e setor privado, levantando questionamentos sobre transparência, interesses envolvidos e sobre como decisões que impactam diretamente o rio Sorocaba pode estar sendo tomadas sem diálogo público ou participação social.

Figura 30 - Outdoor que agradece a construção da marginal direita



Fonte: Informação obtida por meio de mensagem no grupo de WhatsApp Justiça Climática, 2024.

Outras publicações relacionadas ao rio tratam de temas como a construção de um ponto de pesca pela prefeitura, o tratamento da água destinada à população

e as obras de contenção para evitar alagamentos. Também foram identificadas duas postagens que associam o rio a uma simbologia cristã (Figura 31): nelas, o então prefeito leva água para ser abençoada e a devolve ao rio, apresentando o gesto como parte de uma missão espiritual que traria bênçãos não apenas para Sorocaba, mas para todo o curso das águas.

Figura 31 - Manga abençoa a água do rio Sorocaba



Fonte: POR ONDE ESSA ÁGUA PASSAR... [captura de tela], @rodrigomanfaoficial, Instagram, outubro de 2024.

Disponível em <https://www.instagram.com/p/DBXKpq1u4-0/>. Acesso em: 10 de dez de 2025.

Essa forma de narrar contribui para reforçar a representação do rio como algo a ser controlado ou manejado — um obstáculo urbano a ser superado — e não como um ser vivo dotado de valor ecológico, histórico e cultural. Assim, perpetua-se uma lógica utilitarista já predominante na comunicação oficial da prefeitura, que reduz a complexidade do rio ao seu uso funcional, esvaziando debates sobre preservação, cuidado e coexistência sustentável.

As demais publicações analisadas referem-se às enchentes e fortes chuvas que atingem a cidade. Trata-se de um problema recorrente nos períodos chuvosos:

as áreas mais baixas e próximas ao rio alagam, impedindo a circulação, invadindo residências e causando danos materiais, além de expor moradores a situações de risco e possíveis ferimentos. Nesse sentido, é uma agenda importante para o sorocabano. Em publicação do dia 08 de novembro de 2024 (Figura 32), ao abordar esse tema, Manga direciona o foco para as obras realizadas no entorno do rio, como o desassoreamento e a construção de bacias de contenção. Em suas falas, enfatiza que, embora algumas ruas ainda alaguem, “a água já não entra mais nas casas”, minimizando a gravidade do problema. Além disso, afirma que a casa do cidadão⁹ estaria aberta para receber moradores mais afetados pelas enchentes.

Figura 32 - Rodrigo Manga fala das enchentes



Fonte: ALERTA URGENTE. [captura de tela], Instagram, @rodrigomanfaoficial, novembro de 2024. Disponível em <https://www.instagram.com/p/DCGJQ5NMBQm/>. Acesso em: 10 de dez de 2025.

Vale ressaltar que, em matéria jornalística publicada no mesmo dia por Matheus Dias no portal TV Sorocaba SBT, foram registrados transbordamentos de córregos em diversos bairros da cidade (Dias, 2024). A reportagem mostrou que a

⁹ A Casa do Cidadão é um equipamento público da Prefeitura Municipal de Sorocaba que reúne diversos serviços administrativos em um único espaço, com o objetivo de facilitar o acesso da população a atendimentos municipais e de órgãos parceiros. Nessas unidades é possível realizar, por exemplo, solicitações de serviços públicos, emissão de documentos, atendimentos de programas sociais e encaminhamentos administrativos, funcionando como pontos descentralizados de atendimento ao cidadão.

água atingiu imóveis, deixando duas famílias desabrigadas temporariamente, além de apresentar imagens de veículos completamente submersos. Este contraste evidencia a distância entre a gravidade dos impactos relatados pela imprensa e a forma como o tema é abordado na comunicação do então prefeito.

5.4 Comunicação da Prefeitura Municipal de Sorocaba no Jornal do Município de Sorocaba

Ao voltarmos o nosso olhar para o Jornal do Município de Sorocaba, disponível no site oficial da PMS e distribuído fisicamente nos órgãos da administração municipal, foi incorporado ao corpus por se tratar de um veículo institucional que reúne de forma sistemática as ações divulgadas pela Prefeitura. Sua inclusão permite ampliar a consistência da análise, uma vez que o jornal funciona como um repositório contínuo de informações. Continuamos no mesmo período de 2017 e 2024 e a categorização dos dados seguiu a mesma lógica aplicada ao Facebook, adotando como unidades de contexto o rio Sorocaba e as unidades de registro categorizadas como: programa Cidades Sustentáveis, paisagem, rio como recurso, plantio de árvores, relação com o rio, informação ambiental, enchentes e zoológico municipal de Sorocaba. Posto isso, é importante ressaltar que o nosso foco foi especificamente sobre peças publicitárias presentes no jornal. Tais como anúncios, campanhas e mensagens institucionais e não sobre as matérias jornalísticas em si, uma vez que o objetivo da pesquisa é analisar o uso da linguagem publicitária pelo poder público. Entretanto, foram identificadas duas peças de propaganda governamental que, embora não estivessem diretamente vinculadas ao corpus central do trabalho, foram incluídas na análise por apresentarem características discursivas e estratégias comunicacionais relevantes para a compreensão do uso da linguagem da propaganda pela PMS no período analisado. Sua inclusão contribui para ampliar o entendimento das recorrências, limites e deslocamentos dessa linguagem no contexto da comunicação governamental, sem comprometer a coerência do recorte metodológico adotado, conforme Tabela 3.

Tabela 3 - unidade de contexto da comunicação oficial no Jornal Municipal.

Jornal do Município de Sorocaba Propaganda Governamental	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
	1	1	0	0	0	0	0	0

Fonte: Elaboração própria, 2025.

Nos anos de 2017, ano que a PMS se filiou ao Programa Cidades Sustentáveis, 2018 e 2019, encontramos matérias que informam, especialmente, ações como o plantio de mudas de árvores pela população, curso de férias de educação ambiental para crianças, como o observatório de aves e peixes nos parques e no Rio Sorocaba, informações sobre as consequências das queimadas entre outros. Entretanto, o maior volume está em 2017, até 2019 existe uma redução desses materiais e, após 2020, o jornal continua apenas com editais, comunicados oficiais convocações e prestação de contas. O formato tradicional do jornal deixa de ser observado a partir de 2020 (Figura 24). Esse achado foi apresentado na V Jornada de Ciência da Comunicação, com o tema “(Re)pensar a comunicação alternativa no mundo contemporâneo”, realizada na Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra, sob o título “As verticalidades como inimigas do Rio: análise das comunicações do prefeito de Sorocaba sobre a construção da marginal direita” (Nicoletti; Postali, 2024).

Figura 33 - Jornal Município de Sorocaba até 2019



Fonte: PROGRAMA “VERDE VIA” atendeu 22 vias e nove praças de Sorocaba. Jornal Município de Sorocaba. Prefeitura Municipal de Sorocaba. Dez de 2017.

Disponível em:

<https://noticias.sorocaba.sp.gov.br/wp-content/uploads/2019/12/agencia-teste-1930-29-de-dezembro.pdf>. Acesso em: 19 nov. 2025.

Com relação ao uso da linguagem da propaganda, foco deste trabalho, foram identificadas apenas 2 inserções de campanhas que utilizam imagens e textos mais diretos e populares. A primeira campanha (Figura 34), voltada à prevenção e ao combate às queimadas, teve apenas 1 inserção, publicada em 24 de julho de 2017. A peça apresenta logotipos da Prefeitura de Sorocaba, da Secretaria de Segurança e Defesa Civil, do Programa Município VerdeAzul e do Corpo de Bombeiros, indicando tratar-se de uma ação articulada entre o município e as esferas estaduais.

Do ponto de vista da linguagem, a campanha mobiliza recursos típicos da propaganda, conforme discutido por Sandmann (1999), ao combinar diferentes elementos de maneira integrada. Observa-se a articulação entre texto verbal e imagem, em que os elementos visuais de fogo e fumaça destacam o risco das queimadas, enquanto expressões como “Queimadas: Denuncie” e “Queimada é crime” reforçam mensagens baseadas em normas sociais e jurídicas compartilhadas.

Além disso, destaca-se o uso da função apelativa da linguagem, uma vez que a mensagem se dirige diretamente ao receptor por meio de imperativos e chamadas

à ação, como o destaque ao telefone “Ligue 193”, buscando mobilizar o público para uma resposta imediata. Esse recurso, segundo Sandmann (1999), é recorrente na propaganda, cujo objetivo central é influenciar comportamentos e orientar condutas. Assim, ainda que se trate de uma campanha institucional, a peça se estrutura a partir de estratégias próprias da linguagem da propaganda, priorizando a clareza, o impacto visual e a persuasão direta.

Figura 34 - Campanha de conscientização contra queimada no jornal

Campanha de conscientização contra queimada começa em agosto

Nesta época do ano devido ao ar seco e a falta de chuva, o acúmulo de poluição aumenta e torna as queimadas mais propensas, trazendo uma série de problemas ambientais. A Prefeitura de Sorocaba, por meio da Secretaria do Meio Ambiente, Parques e Jardins (Sema) está realizando a Campanha de Prevenção e Combate às Queimadas, que tem como objetivo realizar educação ambiental junto à população e reduzir o número de ocorrências no município.

A campanha será feita de porta a porta, além de palestras nas escolas, exposições com animais taxidermizados (empalhados) acometidos por queimadas, nos parques ecológicos com o tema “Queimadas”, blitz nos bairros e ações junto à população idosa (Clube do Idoso, Chácara do Idoso, grupos de caminhadas, praças, etc.).



A conscientização e a participação das pessoas a não usar o fogo para a queima de lixos é muito importante. A prática é perigosa e pode causar prejuízo à natureza e doenças às pessoas, como: infecção do sistema respiratório, asma e bronquite; irritação nos olhos, nariz e garganta; tosse; falta de ar; vermelhão e alergia na pele;

conjuntivite e desordem cardiovasculares.

Para os infratores, vale o alerta de que queimada é crime, a multa pode chegar em até R\$ 2.800,00. É importante que a população entenda que queimada faz mal às pessoas, aos animais e ao ambiente. Além de ser crime! A população pode denunciar pelo número 193 dos Bombeiros.

Fonte: CAMPANHA DE CONSCIENTIZAÇÃO contra queimada começa em agosto. Jornal Município de Sorocaba. Prefeitura Municipal de Sorocaba. Julho de 2024.

Disponível em: <https://noticias.sorocaba.sp.gov.br/wp-content/uploads/2019/12/agencia-teste-1827-24-de-julho.pdf>. Acesso em: 19 nov. 2025.

A segunda campanha (Figura 35) teve como tema o combate ao mosquito da dengue, apresentando os logotipos da Guarda Civil de Sorocaba, Setor de Fiscalização da Prefeitura de Sorocaba, Defesa Civil de Sorocaba, Secretaria da Segurança e Defesa Civil, Secretaria da Saúde e da Prefeitura de Sorocaba. Apresentando-se como uma iniciativa liderada exclusivamente pela Prefeitura de Sorocaba, com foco em ações locais, ela contou com apenas uma inserção de peça de propaganda no dia 01 de fevereiro de 2018.

Figura 35 - Campanha de prevenção a Aedes Aegypti



Fonte: AEDES AEGYPTI. Jornal Município de Sorocaba. Prefeitura Municipal de Sorocaba. Jul de 2024. Disponível em: <https://noticias.sorocaba.sp.gov.br/wp-content/uploads/2019/12/agencia-teste-1953-01-de-fevereiro.pdf>. Acesso em: 19 nov. 2025.

A respeito da propaganda, Sandmann (1999) ressalta que a persuasão e o uso criativo são estratégias capazes de captar a atenção e facilitar a compreensão do leitor, incorporando recursos gráficos, flexibilização linguística e, quando necessário, o afastamento da gramática normativa, o que inclui o uso de gírias e outras expressões de maior apelo popular. Mesmo sendo a propaganda uma linguagem parte da comunicação social e, portanto, uma ferramenta legítima e necessária à comunicação pública, observou-se que a PMS não mobiliza esse repertório para atender ao eixo “educação para a sustentabilidade e qualidade de vida” do Programa Cidades Sustentáveis.

A análise deste capítulo evidencia que, tanto no Facebook quanto no Jornal do Município de Sorocaba, a comunicação oficial relacionada ao rio Sorocaba permanece predominantemente informativa, comemorativa ou autopromocional. As publicações concentram-se em eventos, campanhas sazonais e divulgação de obras, sem constituir práticas contínuas de educação ambiental. Além disso, a partir de 2020, o formato tradicional do jornal deixa de existir, reforçando a redução do

espaço dedicado a conteúdos educativos e limitando ainda mais a presença de peças de propaganda institucional com potencial formativo.

A leitura do Instagram do então prefeito Rodrigo Manga amplia esse cenário ao revelar uma estratégia comunicacional fortemente marcada pela autopromoção, pelo sensacionalismo e pelo uso da função apelativa da linguagem, muitas vezes acompanhadas de elementos religiosos e narrativas grandiosas. Nessas postagens, o rio Sorocaba aparece instrumentalizado como cenário para a construção de uma imagem pessoal de eficiência administrativa, e não como sujeito ecológico ou elemento vivo da cidade. Essa abordagem reforça a lógica utilitarista e espetacularizada já observada nas comunicações institucionais, ao mesmo tempo em que invisibiliza debates ambientais mais complexos e a participação social nos processos decisórios, como evidenciado no caso da marginal direita.

5.5 Comunicação enviada pela Prefeitura Municipal de Sorocaba

Além das análises dos canais digitais e do jornal oficial da PMS, obteve-se acesso a documentos por meio da plataforma Fala.BR, mediante solicitação via Lei de Acesso à Informação (LAI). Vale ressaltar que, após diversas tentativas realizadas por mensagens e e-mails solicitando os documentos, todas sem retorno por parte da Prefeitura Municipal de Sorocaba, tornou-se necessário recorrer ao amparo legal previsto na LAI para obtenção dos dados. Entretanto, foi solicitado materiais de 2017 até 2024 e nos foi entregue materiais de 2015 a 2025. O maior documento, com 153 páginas, é o Programa Município VerdeAzul 2023 que descreve ações da PMS entre os anos 2022 e 2023. Também recebemos uma planilha com 29 páginas que resume ações de 2022 até 2025 e 34 links sendo 8 em formato de vídeo, disponível na plataforma digital YouTube.

A planilha composta por 29 páginas, contendo o resumo de ações realizadas entre 2022 e 2025, não pôde ser incorporada ao corpus analítico desta pesquisa. O documento limita-se a registros de caráter administrativo, organizados a partir de categorias como número da ação, data, nome do evento, local, número de atendimentos, quantidade de mudas doadas, mudas plantadas e animais doados. Não há, entretanto, qualquer indicação das peças comunicacionais vinculadas a essas ações, tampouco informações técnicas mínimas que permitam analisá-las do ponto de vista da comunicação pública ou da propaganda governamental, como

objetivos comunicacionais, estratégias discursivas, públicos-alvo, formatos de linguagem, meios de veiculação ou materiais gráficos e audiovisuais utilizados.

É importante destacar que, no pedido formal realizado por meio da Lei de Acesso à Informação, foi explicitado que o interesse era sobre as peças de propaganda e materiais comunicacionais produzidos pela Prefeitura Municipal de Sorocaba no âmbito da educação ambiental e do rio Sorocaba. Ainda assim, o material encaminhado restringe-se a uma lógica de prestação de contas quantitativa, desprovida de mensagens comunicacionais claramente delimitadas.

Dessa forma, a planilha assume caráter meramente informativo e burocrático, insuficiente para a aplicação da análise de conteúdo nos termos propostos por Bardin (1977), metodologia que pressupõe a existência de mensagens, discursos e construções simbólicas passíveis de categorização e interpretação. Assim, a impossibilidade de análise não decorre de uma limitação metodológica da pesquisa, mas da própria ausência de elementos comunicacionais estruturados nos documentos disponibilizados pelo poder público, o que, por si só, já constitui um dado relevante sobre a forma como a PMS registra e compreende suas ações no campo da comunicação ambiental.

Entre o material enviado, foram identificados vídeos publicados no canal da PMS no YouTube. Antes de analisarmos os materiais fornecidos pela Prefeitura, cabe justificar os critérios que levaram à não inclusão dessa plataforma no corpus da pesquisa.

O conteúdo mais antigo localizado no canal data de 2017, consistindo em um vídeo voltado a cuidados vocais, com 176 visualizações. Em 2020, a atividade é retomada com conteúdos relacionados ao Zoológico Municipal, previamente fornecidos pela plataforma FalaBR, além de um vídeo em formato jornalístico sobre acessibilidade. Nos anos de 2021 e 2022, não há registro de publicações no canal.

Em 2023, observa-se maior volume de publicações, totalizando 87 vídeos, dos quais 76 correspondem a conteúdos em formato jornalístico, intitulados Programa Sorocaba na Cultura, com média de 171,3 visualizações. Ainda em 2023, foram identificados dois vídeos relacionados ao programa Sorocaba Tem Pressa, ambos com duração aproximada de 10 segundos e média de 258,5 visualizações. Cabe destacar que a análise desse programa já está contemplada nesta pesquisa por meio de um vídeo mais extenso identificado no Facebook na página 99 referente

a Figura 14, razão pela qual esses materiais do YouTube não foram aprofundados analiticamente.

Além disso, no mesmo ano, foram encontrados cinco vídeos de caráter informativo sobre ações da Prefeitura, que apresentaram média mais elevada de visualizações, cerca de 86.534,6. Dentre eles, destaca-se o vídeo intitulado Sorocaba Mais Segura, que alcançou, aproximadamente, 207 mil visualizações. Considerando a discrepância em relação ao desempenho médio dos demais conteúdos do canal, esse resultado sugere a possibilidade de investimento em impulsionamento ou estratégias específicas de ampliação de alcance. Soma-se a isso o fato de o vídeo enfatizar a presença de policiais fardados, viaturas e ações de segurança pública, elementos associados a uma agenda política específica e a uma comunicação institucional voltada à valorização da gestão nessa área.

Ainda em 2023, foram identificados dois vídeos relacionados à conscientização fonoaudiológica, com média de 575 visualizações, e um vídeo sobre a final da Taça Palácio dos Tropeiros, com, aproximadamente, 200 visualizações. Por fim, em 2024, foram publicados três vídeos, com média de 479 visualizações.

Diante desse panorama, optou-se por não incluir inteiramente o YouTube como parte estruturante do corpus da pesquisa, uma vez que os números da plataforma não apresentam alcance significativo. Constatou-se que a produção para esse canal se mostra descontínua, heterogênea em formato e alcance, e com circulação significativamente inferior à observada em outras redes institucionais, como o Facebook e Instagram. Todavia, foram incluídos os vídeos indicados no documento enviado pela prefeitura e armazenados nessa plataforma.

Ao analisarmos o material intitulado Programa Município VerdeAzul 2023 disponibilizado pela PMS identificamos 8 vídeos produzidos como uma ação pontual em comemoração ao aniversário de 52 anos do Zoológico Municipal de Sorocaba, celebrado em 2020. Os vídeos apresentam relatos de atuais e antigos trabalhadores do zoológico, destacam sua importância histórica e institucional, abordam os animais ali abrigados, além de trazer curiosidades, informações sobre pesquisas e ações de conservação. No entanto, trata-se de um material com baixa visualização, com média aproximada de 91 visualizações por vídeo. Na Figura 36, é possível observar a abertura dos vídeos analisados.

Figura 36 - Introdução dos vídeos de comemoração do aniversário do zoológico



Fonte: ESPECIAL DE ANIVERSÁRIO – 52 anos do Zoo: histórias & curiosidades – Bem-estar animal. YouTube, Prefeitura Municipal. Out. 2018.
Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=1XNnVk3VwaU>. Acesso em: 24 jan. 2026.

Ao analisar os links enviados nos deparamos com formatos diversos de materiais institucionais, que variam entre conteúdos informativos, educativos e administrativos. Materiais como apresentações e/ou cursos — que incluem vídeos, apostilas e atividades escolares — não foram incorporados à nossa categorização, uma vez que o foco deste trabalho está especificamente sobre peças construídas a partir da linguagem da propaganda. O que se esperava encontrar, portanto, não eram os materiais pedagógicos em si, mas peças comunicacionais destinadas à sua divulgação junto à sociedade, ou seja, conteúdos produzidos com intencionalidade persuasiva, visibilidade pública e estratégias próprias da comunicação governamental.

Posto isso, identificamos materiais impressos que foram posteriormente digitalizados, classificados como folders, panfletos ou livretos e que, a fim de facilitar a categorização, passaram a ser agrupados sob a denominação de materiais impressos. Ao todo, foram localizados três materiais desse tipo: 1 datado de 2023 e 2 de 2020. Ao aplicarmos as categorias definidas para a pesquisa, verificamos que dois desses materiais apresentam relação direta com o termo Rio Sorocaba e um se refere a informação ambiental. Dessa maneira, a unidade de contexto foi tratada como categoria, o que justificou uma configuração da Tabela 4 diferente das demais apresentadas na pesquisa.

Optamos por incluir na análise um material de 2020 que se assemelham a apostilas escolares, produzidas no âmbito da atividade “Sema vai à sua casa”, realizada durante o período da pandemia. Essa decisão se justifica pelo fato de que tal material se aproxima, de maneira mais consistente, do tipo de conteúdo buscado neste trabalho, ao abordar o rio e o meio ambiente a partir de uma perspectiva decolonial e relacional, em consonância com as proposições de Carvalho (2006), Krenak (2019) e Nego Bispo (2023). É possível enxergar melhor os resultados na Tabela 4.

Tabela 4 - Unidade de contexto dos materiais impressos

Materiais impressos	2020	2023
Rio Sorocaba	2	
Informação ambiental	1	
Sema vai à escola	1	

Fonte: Elaboração própria, 2025

Os materiais ilustrados pelas Figura 37 - Roteiro das Águas: Jardim Botânico de Sorocaba e Figura 38 - Refúgios da Biodiversidade nas margens do rio Sorocaba, permite compreendê-los como materiais institucionais que escapam parcialmente da lógica dominante da propaganda governamental identificada ao longo da pesquisa, ainda que utilizem recursos próprios da linguagem da propaganda.

Em ambos os casos, trata-se de materiais impressos digitalizados, sem indicação precisa de data ou contexto de distribuição, o que dificulta situá-los temporalmente no fluxo da comunicação oficial da PMS. Ainda assim, seu conteúdo e forma indicam uma finalidade prioritariamente educativa, voltada à sensibilização ambiental e à mediação do conhecimento sobre o território urbano e o rio Sorocaba. Do ponto de vista da linguagem, os dois folders mobilizam a combinação de texto e imagem descrita por Sandmann (1999).

Na Figura 37 é possível observar a proposta de uma experiência educativa baseada na observação direta e no deslocamento pelo espaço do Jardim Botânico. O material convida o leitor a perceber a água como elemento estruturante do território, explicando dispositivos como cisternas, bacias de contenção e lagos, além de destacar a vegetação aquática. A linguagem é acessível e didática, aproximando-se da educação ambiental proposta por Carvalho (2006), que entende o ambiente como um conjunto de interações entre elementos naturais, infraestrutura e ação humana.

Figura 37 - Roteiro das Águas: Jardim Botânico de Sorocaba

SISTEMA DE CAPTAÇÃO DE ÁGUA DE CHUVA

Você sabe o que é uma cisterna?

Cisterna ou reservatório de armazenamento é um sistema de captação, filtragem e armazenamento da água da chuva. Aqui no Jardim a água da chuva é captada da cobertura do Auditório e utilizada na limpeza e manutenção dos jardins.

BACIA DE CONTENÇÃO

Você sabe o que é uma bacia de contenção?

Acima do auditório, encontramos uma bacia de contenção, que tem como objetivo controlar a erosão, pois o terreno do Jardim é muito íngreme, necessitando construir espaços para minimizar o impacto da água e reter o lixo carregado durante as chuvas.

"JARDIM DE PEDRAS"

Observe o Jardim de Pedras. Qual a sua função?

O "Jardim de Pedras" é composto por canaletas de pedras soltas, que tem como função diminuir a velocidade da água da chuva. Esses buracos funcionam como recipientes, captando e retendo a água que será devolvida ao solo. Evitam, também, a erosão (desgaste do solo e

PARA APRENDER MAIS

Água enquanto matéria construtora no projecto de arquitectura paisagista:
<http://www.repository.utl.pt/handle/10400.5/4079>.

Água, bem económico e de domínio público:
<http://www2.cjf.jus.br/ojs2/index.php/revcej/article/view/352/500>

Secretaria do Meio Ambiente de Sorocaba:
<http://www.meioambientesorocaba.com.br>

JARDIM BOTÂNICO DE SOROCABA
 "IRMÃOS VILLAS BOAS"

Rua Miguel Montoro Lozano, 340, Jardim Dois Corações.
 CEP 18085-761
 Telefone: (15) 3235-1130

HORÁRIO DE FUNCIONAMENTO:
 Terça a domingo, das 9h às 17h

AGENDAMENTO DE VISITAS MONITORADAS:
jardimbotanico@sorocaba.sp.gov.br

NORMAS DE ACESSO:
 Consulte o site www.meioambiente.sorocaba.sp.gov.br/jardimbotanico

ROTEIRO DAS ÁGUAS

BEM VINDO AO JARDIM BOTÂNICO DE SOROCABA "IRMÃOS VILLAS-BOAS"!

Nesse roteiro podemos observar vários elementos que envolvem a temática "Água". Aproveite sua visita!

LAGO EXTERNO

Observe o lago: você sabia que esse lago se formou naturalmente durante a construção do Jardim? Isso aconteceu devido à presença de vários pontos de água existentes no terreno que surgiram por meio da terraplanagem, dando origem aos lagos do Jardim.

LAGO DAS NINFEIAS E DAS TABOAS

Você já ouviu falar de Ninfeias e Taboas?

Você sabia que as taboas presentes no lago vieram pela dispersão de suas sementes com o vento?!

Assim elas apareceram naturalmente no lago. São encontradas em todo o mundo. Suas fibras são empregadas na fabricação de papel e objetos de artesanato. É uma planta "filtradora" que atua na conservação do meio ambiente extraindo poluentes da água.

Ninfeias: As Ninfeias são plantas aquáticas, adaptadas às margens de rios calmos ou lagoas. Suas flores são vistosas.

SECRETARIA DO MEIO AMBIENTE, PNEUMA E BEM-ESTAR ANIMAL

PREFEITURA DE SOROCABA

Fonte: SOROCABA. Secretaria do Meio Ambiente, Proteção e Bem-Estar Animal. Roteiro das Águas: Jardim Botânico de Sorocaba. Material institucional impresso digitalizado. Sorocaba, 2020. Documento recebido via Lei de Acesso à Informação (Plataforma Fala Brasil).

Já o material da Figura 38 explicita o contexto de degradação das áreas ribeirinhas em ambiente urbano e apresenta espaços estratégicos para a restauração ecológica.

Figura 38 - Refúgios da Biodiversidade nas margens do rio Sorocaba



Fonte: SOROCABA. Secretaria do Meio Ambiente, Proteção e Bem-Estar Animal. Refúgios da Biodiversidade. Material institucional impresso digitalizado. Sorocaba, 2020. Documento recebido via Lei de Acesso à Informação (Plataforma Fala Brasil).

O material institucional intitulado "Medicamentos e Meio Ambiente: população consciente, comunidades sustentáveis" (Figura 39), apresenta-se como uma cartilha educativa voltada principalmente a jovens e adolescentes do ensino fundamental e médio, resultado de uma parceria entre a Farmácia Comunitária Vital Brazil, o curso de Farmácia da Uniso e a Secretaria do Meio Ambiente, Proteção e Bem-Estar Animal da Prefeitura de Sorocaba.

Do ponto de vista da linguagem, trata-se de um conteúdo predominantemente informativo e pedagógico, com forte ênfase na educação em saúde e na conscientização sobre os impactos ambientais do descarte inadequado de medicamentos. A peça mobiliza recursos da linguagem da propaganda descritos por Sandmann (1999), como a combinação de texto e imagem e o uso de ilustrações atrativas e didáticas, mas sem recorrer a estratégias de autopromoção governamental ou à centralidade na figura do gestor público.

A função referencial da linguagem (Sandmann, 1999) é dominante, uma vez que o material se dedica a explicar conceitos, procedimentos e riscos associados à automedicação e à contaminação ambiental, enquanto a função apelativa

(Sandmann, 1999) aparece de forma moderada, sobretudo nos alertas e orientações diretas ao leitor (“não jogue medicamentos no lixo comum”, “consulte as bulas”, “descarte corretamente”). Diferentemente das peças analisadas anteriormente, o foco não está na construção de uma narrativa política ou na legitimação da gestão municipal, mas na difusão de informações técnicas e normativas, amplamente fundamentadas em legislações, documentos oficiais e referências bibliográficas.

Embora dialogue com a temática ambiental e com a educação para a sustentabilidade, o material se distancia do eixo central desta pesquisa por não tratar diretamente do rio Sorocaba nem de políticas ambientais territoriais, e por se configurar mais como material didático de apoio do que como peça de propaganda institucional voltada à comunicação pública ampla. Nesse sentido, sua inclusão na análise ocorreu exclusivamente para fins de mapeamento do conteúdo ambiental veiculado pela PMS, sendo, portanto, classificado na categoria informação ambiental. Assim, sua categorização não tenciona o recorte analítico da pesquisa, mas reforça a distinção conceitual entre comunicação informativa e propaganda institucional, eixo fundamental deste trabalho. Ainda assim, sua inclusão é relevante para evidenciar que existem iniciativas pontuais da PMS que utilizam a comunicação para fins educativos, ainda que estas não ocupem posição central ou recorrente na estratégia comunicacional analisada.

Figura 39 - Medicamentos e Meio Ambiente: população consciente, comunidades sustentáveis



Fonte: SOROCABA. Secretaria do Meio Ambiente, Proteção e Bem-Estar Animal. Medicamento e meio ambiente. Material institucional impresso digitalizado. Sorocaba, 2020. Documento recebido via Lei de Acesso à Informação (Plataforma Fala Brasil).

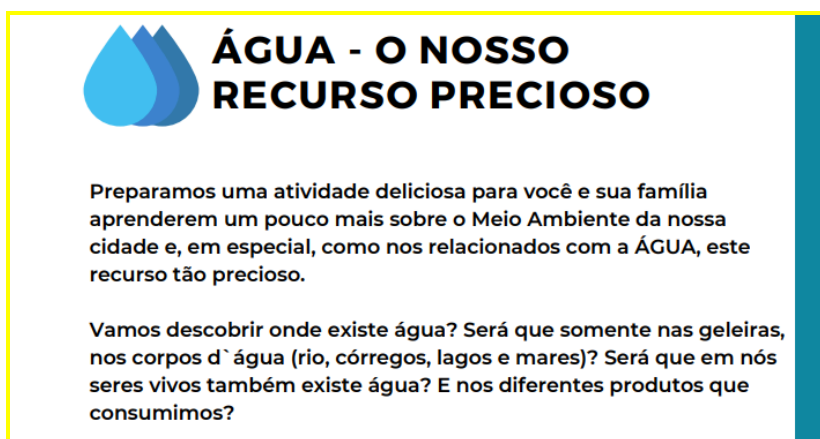
Figura 40 - Capa do material Sema Vai à sua Casa



Fonte: SOROCABA. Secretaria do Meio Ambiente, Proteção e Bem-Estar Animal. Sema vai à sua casa. Material institucional impresso digitalizado. Sorocaba, 2020. Documento recebido via Lei de Acesso à Informação (Plataforma Fala Brasil).

O material produzido no programa “Sema vai à sua casa” (Figura 40), apresenta-se como uma atividade educativa complementar, voltada ao público infantil e às famílias, com o objetivo de estimular a reflexão sobre a água como elemento central da vida e do cotidiano. Embora utilize o termo “recurso” (Figura 41) para se referir à água, o conteúdo não se restringe a uma abordagem utilitarista, pois amplia a discussão ao evidenciar as múltiplas relações entre água, seres vivos, práticas humanas e modos de consumo.

Figura 41 - Rio como recurso



Fonte: SOROCABA. Secretaria do Meio Ambiente, Proteção e Bem-Estar Animal. Água – o nosso recurso precioso. Material institucional impresso digitalizado. Sorocaba, 2020. Documento recebido via Lei de Acesso à Informação (Plataforma Fala Brasil).

No material, a água é apresentada como componente constitutivo dos corpos humanos, dos animais, dos alimentos e dos processos produtivos, permitindo ao leitor compreender sua presença para além dos rios, lagos e reservatórios. Essa perspectiva contribui para deslocar a compreensão da água como algo externo à vida social, aproximando-a da experiência cotidiana e do próprio corpo, o que favorece uma leitura relacional entre humanidade e natureza. Nesse sentido, o material reforça a ideia de interdependência, mostrando como hábitos domésticos, escolhas de consumo e práticas de cuidado impactam diretamente os ciclos da água.

Outro aspecto relevante é o caráter participativo e formativo da proposta, que incentiva a observação do ambiente doméstico, o envolvimento da família e a realização de atividades práticas, como o cálculo da pegada hídrica e a identificação de desperdícios no dia a dia. Essas estratégias contribuem para a construção de uma consciência ambiental baseada na experiência, no reconhecimento dos próprios hábitos e na responsabilização coletiva, ainda que em escala individual e doméstica.

Assim, mesmo não adotando explicitamente uma abordagem crítica ou decolonial, o material se aproxima de uma educação ambiental relacional ao evidenciar que a água atravessa corpos, territórios e práticas sociais, estimulando o reconhecimento de vínculos entre o meio ambiente e a vida cotidiana. Trata-se, portanto, de um conteúdo que amplia o repertório educativo do programa, ainda que permaneça ancorado em uma lógica mais informativa e comportamental.

A leitura dos materiais impressos e digitalizados enviados pela PMS, disponibilizados por meio de links, revela que, embora apresente características típicas da linguagem da propaganda, isso ocorre de forma restrita e pouco explorada. Os materiais utilizam texto e imagem, mas não exploram profundamente as funções da linguagem publicitária, tampouco recorrem a estratégias criativas, recursos expressivos ou ao uso de registros linguísticos mais próximos do cotidiano da população, como gírias ou construções coloquiais, que poderiam ampliar o alcance e a identificação do público. Assim, a linguagem da propaganda aparece de modo residual, cedendo espaço a conteúdos predominantemente informativos, educativos e formativos, voltados à sensibilização ambiental e à mediação do conhecimento sobre água, território e práticas cotidianas.

Ainda assim, os materiais aproximam-se de uma educação nos termos discutidos por Carvalho (2006), ao enfatizar a interdependência entre seres humanos, ambiente, corpos e infraestruturas urbanas, deslocando leituras estritamente utilitaristas da água e do rio Sorocaba. Ainda que essa aproximação não se configura plenamente como uma educação ambiental crítica ou decolonial, uma vez que permanece circunscrita a estratégias informativas, comportamentais e individualizantes, sem tensionar de modo consistente as dimensões políticas, históricas e estruturais da degradação socioambiental.

Contudo, o aspecto mais problemático reside no caráter pontual dessas iniciativas. Produzidos em 2020 e 2023, os materiais demonstram qualidade técnica e potencial educativo e mobilizador, revelando que a PMS dispõe de capacidade institucional para construir narrativas ambientais mais eficazes. No entanto, sua baixa recorrência indica que tais abordagens não constituem um eixo estruturante do discurso ambiental da gestão. Assim, mais do que exceções virtuosas, esses materiais explicitam a contradição entre o que a Prefeitura é capaz de produzir e o que efetivamente escolhe priorizar em sua estratégia comunicacional.

O maior documento recebido está intitulado Programa Município VerdeAzul 2023. Nele, são listadas ações desenvolvidas pela PMS no período de agosto de 2022 a julho de 2023, embora o recorte solicitado contemplasse um intervalo mais amplo (2017–2024). Já na leitura flutuante, nos deparamos com uma afirmação do então secretário da Secretaria do Meio Ambiente, Thiago Santoro (2022, p. 11), que se mostra contraditória quando confrontada com acontecimentos mais recentes. Em sua fala, o secretário afirma que “quanto mais valorizarmos o meio ambiente, mais

qualidade de vida teremos, por isso, continuaremos conscientizando pessoas de todas as idades sobre a importância de arborizar a nossa cidade”. Santoro, filiado ao partido Republicanos, ocupava o cargo por indicação do então prefeito Rodrigo Manga.

Essa declaração ganha especial relevância no momento de finalização deste trabalho, uma vez que foi denunciado por ativistas sorocabanos¹⁰ o corte, realizado pela própria Prefeitura de Sorocaba, de árvores que haviam sido plantadas no local e já se encontravam em estágio avançado de crescimento (Figura 42). Segundo os denunciantes, a supressão das árvores teria ocorrido para viabilizar a instalação de dois outdoors posicionados atrás da vegetação.

¹⁰ Proprietários do estabelecimento Bar da Augusta, conhecido por sua atuação em pautas ambientais e de plantio de árvores na cidade

Figura 42 - Denúncia do corte de árvores plantada por ativistas



Fonte: BAR_AUGUSTAA_OFICIAL. A prefeitura de Sorocaba é inimiga das árvores e a gente pode provar. Instagram, 25 jan. 2026.

Disponível em: <https://www.instagram.com/p/DT5zKZLj0Qy/>. Acesso em: 26 jan. 2026.

A contradição se torna ainda mais evidente quando se observa que o próprio documento Programa Município VerdeAzul 2023 apresenta uma planilha detalhada organizada por data, evento, assunto, local, número de atendimentos, mudas doadas e mudas plantadas, o que indica que a arborização urbana figura — ao menos no plano discursivo e administrativo — como uma pauta relevante para a prefeitura. Esse tipo de sistematização sugere a centralidade do tema nas ações

registradas oficialmente, ainda que tal centralidade não se sustente de forma consistente nas práticas concretas observadas.

O episódio evidencia, portanto, uma tensão significativa entre o discurso institucional de valorização ambiental e as ações efetivamente adotadas pelo poder público municipal, revelando a fragilidade de uma política ambiental que, embora verbalmente comprometida com a arborização urbana, subordina a preservação do meio ambiente a interesses comunicacionais e publicitários.

Dito isso, seguimos para a análise das peças identificadas, organizada a partir de categorias reduzidas, em consonância com a análise anterior, conforme sistematizado na Tabela 5. Para esta análise, também foram incluídos os indicadores totais de participantes, total de mudas doadas e total de mudas plantadas, uma vez que essas informações são disponibilizadas no documento Programa Município VerdeAzul 2023 e contribuem para a compreensão do alcance e do impacto das ações divulgadas.

Tabela 5 - Unidade de registro Programa Município VerdeAzul 2023

Programa Município VerdeAzul 2023	2022	2023
Rio Sorocaba	0	5
Comunicação de ação de educação ambiental	1	1
Zoológico Municipal de Sorocaba	2	3
Total de participantes	6500	1135
Total de mudas doadas	3000	1830
Total de mudas plantadas	0	0

Fonte: Elaboração própria, 2025.

Mesmo em um documento extenso, os dados evidenciam a baixa centralidade da temática ambiental, especialmente do rio Sorocaba, na comunicação institucional da PMS. Não há registros relacionados ao rio Sorocaba em 2022, enquanto em 2023 aparecem apenas 5 ocorrências, número reduzido diante de sua relevância ambiental e territorial para a cidade. A categoria PCS não aparece em nenhum dos dois anos analisados. As ações de comunicação voltadas à educação ambiental somam apenas uma ocorrência em 2022 e uma em 2023, reforçando seu caráter pontual. Já o Zoológico Municipal de Sorocaba concentra maior visibilidade, com duas ações em 2022 e três em 2023. Os dados de participação, doação e plantio de

mudas foram incluídos por constarem nas informações fornecidas pela própria PMS e ajudam a tensionar o discurso institucional. Em 2022, registraram-se 6.500 participantes, 3.000 mudas doadas e nenhuma muda plantada. Em 2023, os números caem para 1.135 participantes, 1.830 mudas doadas e, novamente, zero mudas plantadas. A recorrência do plantio nulo, mesmo diante da ênfase discursiva na arborização urbana, evidencia um descompasso entre a comunicação institucional e a efetividade das ações ambientais reportadas.

A peça de 2022, referente à Figura 24, apresentada na página 110, intitulada Torça pela Copa das Árvores, se ancora estrategicamente no contexto da Copa do Mundo de 2022, evento de grande centralidade midiática, para captar a atenção do público e ampliar o alcance da ação. O título opera como um recurso típico da linguagem da propaganda, ao estabelecer um jogo semântico entre o futebol e a arborização urbana, apropriando-se de um imaginário coletivo amplamente mobilizado naquele momento. Apesar desse recurso criativo inicial, a peça não explora de forma aprofundada o potencial persuasivo da linguagem publicitária. Conforme Sandmann (1999), embora haja apelo contextual, predominam funções referenciais e informativas, voltadas à divulgação de datas, locais, horários e à explicação dos benefícios ambientais das árvores. O texto assume um tom didático e explicativo, detalhando aspectos ecológicos das copas arbóreas e apresentando a ação de doação de mudas como prática educativa, em consonância com o Plano Municipal de Arborização Urbana.

A Figura 43 - Biodiversidade do Rio Sorocaba, combina texto e imagem, mobilizando recursos básicos da linguagem da propaganda, mas mantém caráter marcadamente informacional. O texto prioriza a descrição objetiva da ação (local, datas, horários, parceiros e conteúdo da exposição) e assume função predominantemente referencial (Sandmann, 1999), com ênfase na transmissão de informações e na sensibilização genérica do público. Embora a temática do rio Sorocaba e da biodiversidade apareça de forma central, a abordagem permanece descritiva, centrada na apresentação de espécies, no uso de animais taxidermizados e em orientações sobre descarte de resíduos, sem construir uma narrativa crítica sobre os processos de degradação ambiental ou sobre as responsabilidades estruturais do poder público. Assim, a peça se configura mais como divulgação institucional de uma atividade educativa pontual do que como uma ação

comunicacional mobilizadora ou politicamente engajada em torno do rio e de sua conservação.

Figura 43 - Biodiversidade do Rio Sorocaba



Fonte: Prefeitura de Sorocaba, 2023

Nesse mesmo sentido, o material referente ao encontro mensal do Coaves Kids (Figura 44), vinculado à programação da Semana da Água, mantém um registro comunicacional predominantemente informativo e descritivo. Embora a ação dialogue com a valorização do rio Sorocaba e da biodiversidade local, essa dimensão aparece de forma contextual e não é desenvolvida como eixo discursivo central.

Figura 44 - Coaves Kids



Fonte: Prefeitura de Sorocaba, 2023

Mais uma vez, a comunicação da PMS segue o mesmo padrão informacional e descritivo observado nas peças anteriores. A Figura 45 - Plantio com os Escoteiros organiza-se a partir da enumeração de dados objetivos com predominância clara da função referencial da linguagem (Sandmann, 1999). Ainda que mencione ações de educação ambiental e faça referência ao Rio Sorocaba por meio de uma exposição associada ao evento, não há aprofundamento crítico nem articulação com uma política ambiental contínua ou estruturante.

Figura 45 - Plantio com os Escoteiros



Fonte: Prefeitura de Sorocaba, 2023

Contudo, um aspecto nos chamou atenção: a inconsistência entre a narrativa visual e o registro institucional. O documento Programa Município VerdeAzul 2023 tem imagens com a participação dos escoteiros, sugerindo engajamento coletivo e mobilização social, enquanto a planilha registra zero participantes (Figura 46). Tal achado nos deixa a dúvida: quantos desses dados estão alinhados ao que realmente ocorreu? Como se observa na Figura 46 é possível constatar a participação de um grupo de escoteiros, o que nos leva a identificar que o documento enviado não possui dados confiáveis.

Figura 46 - Participantes da ação de plantio com escoteiros



Fonte: Prefeitura de Sorocaba, 2023

Nessa etapa, também incluímos os registros referentes ao projeto Rio vai à Escola mesmo sem a existência de uma peça de propaganda, justamente por se aproximar mais do entendimento de educação ambiental que orienta este trabalho. Trata-se de uma ação centrada na vivência, no contato direto com o Rio Sorocaba e com os seres que o habitam, buscando sensibilizar as crianças a partir da experiência, e não apenas da transmissão de informações.

No registro, existem fotos da ação e uma descrição textual da atividade, além de seu aparecimento na planilha de monitoramento. O que mais chama atenção é a baixa recorrência da iniciativa. No ano de 2023, o projeto aparece apenas duas

vezes com participação de 40 e 50 crianças, respectivamente. Compreende-se que se trata de uma ação realizada no ambiente escolar, o que naturalmente limita o público, porém a realização de apenas duas edições ao longo de dois anos reforça seu caráter pontual. Desse modo, mesmo sendo uma das ações que mais se aproxima de uma educação ambiental crítica e alinhada ao enfoque desta pesquisa, o Rio vai à Escola ocupa um espaço pequeno na comunicação e nas práticas institucionais.

Assim, a comunicação pública da PMS, somada à comunicação pessoal-politizada do prefeito, não se estrutura como dispositivo capaz de fortalecer vínculos, promover aprendizagens ou ampliar a percepção do rio Sorocaba como elemento vivo, cultural e ecológico. Ao contrário, reproduz majoritariamente um enquadramento utilitarista que reduz o rio a um recurso a ser administrado.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Vale lembrar que esta dissertação integrou as ações do Observatório de Desenvolvimento da Região Metropolitana de Sorocaba, vinculado à Universidade de Sorocaba e aprovado pelo Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico, tendo como propósito central contribuir para a reflexão crítica sobre os processos e práticas de desenvolvimento regional, especialmente no que se refere às dinâmicas simbólicas, territoriais e comunicacionais que atravessam o espaço urbano. Ao tomar a cidade de Sorocaba como objeto empírico, o trabalho partiu do entendimento de que a comunicação governamental, e em especial a propaganda governamental, constitui dimensão estratégica na consolidação (ou esvaziamento) de políticas públicas voltadas à sustentabilidade e à qualidade de vida.

Para enfrentar essa problemática, a dissertação foi estruturada em cinco capítulos que articulam fundamentação teórica, contextualização empírica e análise dos dados. No primeiro capítulo, intitulado *As Perspectivas do Campo da Comunicação*, foram discutidos os fundamentos teóricos que orientam a compreensão da comunicação como processo simbólico, social e relacional, situando o debate no contexto latino-americano e apresentando os conceitos de comunicação pública e propaganda governamental. Nesse percurso, o subtópico 2.2 – *Comunicação, colonialidade e direito à comunicação* ampliou a reflexão ao problematizar as relações de poder que atravessam os processos comunicacionais e ao destacar a comunicação como direito fundamental, que ultrapassa o simples acesso à informação e envolve também a possibilidade de produção e circulação de sentidos pelos sujeitos sociais. No capítulo seguinte, discutiu-se a relação entre educação midiática e educação ambiental, mobilizando autores como Buckingham (2022) e Carvalho (2004), além de perspectivas decoloniais que compreendem a natureza — e, especificamente, o rio — como parte viva e integrada à sociedade.

Na sequência, o quarto capítulo voltou-se à cidade de Sorocaba, apresentando o papel do rio na formação urbana da cidade, a inserção do município no Programa Cidades Sustentáveis e as dinâmicas territoriais analisadas a partir das categorias de verticalidades e horizontalidades propostas por Milton Santos (2006). Por fim, o quinto capítulo apresentou os procedimentos metodológicos e a análise dos dados, com base na análise de conteúdo de Bardin (1977), aplicada às plataformas digitais da Prefeitura Municipal de Sorocaba, ao perfil pessoal do então

prefeito Rodrigo Manga e aos materiais institucionais obtidos via Lei de Acesso à Informação.

O ponto de partida da pesquisa foi a adesão voluntária da Prefeitura Municipal de Sorocaba ao Programa Cidades Sustentáveis, desde 2017, e o destaque obtido pelo município nos rankings nacionais e estaduais do programa. Tal reconhecimento institucional, associado às exigências do eixo “Educação para a Sustentabilidade e Qualidade de Vida” e às determinações da Lei nº 9.795/1999, indicava, em tese, a existência de uma comunicação pública ambiental estruturada, capaz de informar, educar e mobilizar a população em torno da preservação ambiental e, especialmente, dos cuidados com o rio Sorocaba, elemento fundante da cidade e eixo central deste trabalho.

No entanto, os resultados da análise de conteúdo, fundamentada em Bardin (1977) e aplicada às plataformas digitais oficiais da Prefeitura Municipal de Sorocaba (Facebook e Instagram), ao perfil pessoal do então prefeito Rodrigo Manga e aos materiais institucionais obtidos via Lei de Acesso à Informação, revelaram um cenário distinto daquele que ganhou pódio no ranking do PCS. A comunicação da PMS voltada a educação ambiental crítica mostrou-se fragmentada, esporádica e marcada por lacunas significativas, sobretudo no que se refere à divulgação sistemática das metas, ações e compromissos assumidos no âmbito do Programa Cidades Sustentáveis.

Ao longo do período analisado (2017–2024), observou-se que a sustentabilidade aparece na comunicação institucional prioritariamente associada a rankings, premiações e obras pontuais, funcionando como elemento de legitimação administrativa e de fortalecimento da imagem da gestão. A dimensão educativa da comunicação – fundamental para a formação de uma cidadania ambiental crítica, conforme defendem Carvalho (2004) e os próprios documentos do PCS – permanecem secundarizados. Mesmo quando o rio Sorocaba é mencionado, ele surge majoritariamente como cenário paisagístico, obstáculo urbano ou justificativa para intervenções estruturais, e não como sujeito central de processos educativos, simbólicos ou comunicacionais de longo prazo.

A análise das peças identificadas como propaganda governamental evidência que a PMS não apenas domina tecnicamente as ferramentas comunicacionais e publicitárias, conforme discutido por Sandmann (1999), como as opera de maneira estratégica. Esse domínio torna-se ainda mais explícito durante o governo do então

prefeito Rodrigo Manga, cujo uso intensivo e eficaz das plataformas digitais alcançou projeção nacional. Nesse contexto, a ausência de campanhas de educação ambiental não pode ser atribuída a limitações técnicas ou operacionais, mas deve ser compreendida como uma escolha política deliberada, que prioriza a construção de imagem, a personalização do poder e a visibilidade do gestor em detrimento do interesse público e da formação crítica da população. Assim, o problema identificado pela pesquisa não reside na incapacidade de comunicar, mas na escolha política de não utilizar a comunicação governamental como instrumento de educação ambiental, transparência e mobilização social.

A análise revelou, portanto, que a Prefeitura Municipal de Sorocaba demonstra possuir conhecimento técnico e repertório comunicacional suficientes para produzir iniciativas alinhadas a uma perspectiva crítica e descolonial de educação ambiental. Um exemplo é o material de divulgação do programa Rio Vai à Escola, que apresenta o rio Sorocaba como elemento central de aprendizagem e sensibilização ambiental. Ao propor atividades educativas voltadas à biodiversidade do rio e à formação de crianças, a iniciativa se aproxima de concepções de educação ambiental crítica que compreendem o meio ambiente não apenas como recurso natural, mas como parte de um sistema relacional que envolve território, sujeitos e formas de vida, conforme discutido por Carvalho (2006).

Outras ações identificadas ao longo da análise — como pedaladas às margens do rio, maratonas fotográficas, exposições sobre biodiversidade e programações associadas ao Dia Mundial da Água e ao Dia do Rio Sorocaba — também dialogam, em certa medida, com a perspectiva defendida neste trabalho. Ao incentivar a aproximação da população com o rio por meio de experiências culturais, educativas e afetivas, tais iniciativas contribuem para deslocar o olhar estritamente utilitarista ou colonial sobre a natureza, aproximando-se de visões que reconhecem o território e seus elementos como parte viva da existência social, como sugere Ailton Krenak (2019).

Contudo, apesar desse alinhamento conceitual pontual, os dados evidenciam que tais iniciativas não se consolidam como uma agenda comunicacional contínua. Ao longo de todo o período analisado, foram identificadas apenas vinte publicações que promovem uma relação simbólica, educativa ou sensível com o rio Sorocaba. Considerando a centralidade do rio na história, na paisagem e na própria identidade do município, bem como o compromisso assumido pela cidade no âmbito do

Programa Cidades Sustentáveis, esse número revela a baixa prioridade atribuída à comunicação ambiental crítica na estratégia comunicacional da prefeitura.

Outro aspecto relevante identificado pela pesquisa diz respeito à consistência das informações institucionais divulgadas. Em um dos casos analisados, referente à ação de plantio com escoteiros, observou-se uma discrepância entre o registro visual presente nos materiais institucionais e os dados apresentados na planilha do Programa Município VerdeAzul, que indicava ausência de participantes na atividade. A presença evidente do grupo nas imagens contrasta com o registro oficial, levantando questionamentos sobre a confiabilidade das informações fornecidas e sobre os níveis de transparência na comunicação institucional das ações ambientais do município.

Esses elementos reforçam uma das principais conclusões deste trabalho: a limitação da comunicação ambiental da Prefeitura Municipal de Sorocaba não decorre da ausência de conhecimento técnico ou da incapacidade de produzir iniciativas alinhadas a perspectivas contemporâneas de educação ambiental. Ao contrário, os exemplos identificados demonstram que a administração pública possui condições de desenvolver ações comunicacionais mais críticas, educativas e mobilizadoras. No entanto, tais iniciativas aparecem de forma esporádica, fragmentada e pouco recorrente, indicando que sua presença não resulta de uma política comunicacional estruturada, mas de decisões pontuais. Assim, a análise sugere que o problema identificado nesta pesquisa não está na impossibilidade de comunicar de outra forma, mas na escolha política de privilegiar determinados usos da comunicação governamental em detrimento de outros.

Esse achado ganha ainda mais relevância quando contextualizado no cenário político e urbano em que a pesquisa foi realizada: o período de reeleição do prefeito Rodrigo Manga, a tramitação acelerada do novo Plano Diretor e a retomada de projetos urbanos de alto impacto ambiental, como a marginal direita do rio Sorocaba. Tais processos evidenciam que, em um contexto de intensificação das pressões do mercado imobiliário e de reconfiguração do território, a ausência de uma comunicação ambiental ética e comprometida com o interesse público não é neutra, mas parte constitutiva das dinâmicas de poder que moldam a cidade.

Dessa forma, a inquietação inicial que orientou este trabalho — por que uma cidade signatária do PCS, bem posicionada nos rankings do programa, comunica tão pouco suas ações ambientais à população? — encontrou resposta não em

falhas técnicas ou limitações operacionais, mas em escolhas políticas e comunicacionais que priorizam determinados interesses em detrimento da formação crítica da sociedade. A não divulgação sistemática do Plano de Metas, das ações de educação ambiental e das políticas de cuidado com o rio Sorocaba compromete o próprio princípio participativo que fundamenta o Programa Cidades Sustentáveis.

Por fim, é importante retomar o deslocamento metodológico e conceitual ocorrido ao longo da pesquisa. O projeto inicial previa a elaboração de um plano de comunicação a ser encaminhado à PMS, como forma de contribuição aplicada às políticas públicas locais. No entanto, os achados do capítulo empírico evidenciaram que tal proposição não responderia ao cerne do problema identificado. A ausência de campanhas estruturadas de educação ambiental não decorre da falta de planejamento comunicacional, mas da inexistência de interesse político em promover uma comunicação que fortaleça o pertencimento, a consciência ambiental e a capacidade crítica da população.

Assim, esta dissertação conclui que a comunicação governamental da Prefeitura Municipal de Sorocaba, no que se refere à sustentabilidade e ao rio Sorocaba, opera de maneira seletiva, instrumental e alinhada à lógica da propaganda política, esvaziando o potencial transformador da comunicação pública. Ao analisar esse processo, o trabalho contribui para o campo da comunicação ao evidenciar que o silêncio institucional, a fragmentação e a superficialidade discursiva também constituem estratégias comunicacionais — e que seus efeitos são profundamente sentidos no modo como a cidade se relaciona com seu território, seu rio e seu futuro.

Nesse sentido, a pesquisa aponta para a necessidade de transformar o olhar social dirigido à natureza, superando a lógica dicotômica que a compreende como “isto ou aquilo”, externa ou subordinada à sociedade. Propõe-se, ao contrário, uma compreensão relacional, na qual a natureza seja entendida como parte constitutiva do próprio tecido social. Somente a partir desse deslocamento é possível ressignificar e reaproveitar os recursos linguísticos historicamente desenvolvidos pelo e para o capital — como a linguagem da propaganda — não mais como instrumento de esvaziamento simbólico, mas como potência mobilizadora capaz de envolver a sociedade na recuperação, no cuidado e na preservação daquilo que ainda insistimos em chamar de natureza.

REFERÊNCIAS

AGENDAMENTO ABERTO para o projeto “Rio vai à Escola”. [captura de tela]. Facebook, **Prefeitura de Sorocaba**. Jun. 2024. Disponível em: <https://www.facebook.com/share/p/1BwrDV2RFX/>. Acesso em: 19 nov. 2025.

AEDES AEGYPTI. Jornal Município de Sorocaba. **Prefeitura Municipal de Sorocaba**. Jul de 2024. Disponível em: <https://noticias.sorocaba.sp.gov.br/wp-content/uploads/2019/12/agencia-teste-1953-01-de-fevereiro.pdf>. Acesso em: 19 nov. 2025.

ALERTA URGENTE. [captura de tela], Instagram, **@rodrigomanfaoficial** Nov. de 2024. Disponível em <https://www.instagram.com/p/DCGJQ5NMBQm/>. Acesso em: 10 de dez de 2025.

AMANHÃ TEM PLANTIO às margens do Rio Sorocaba! [captura de tela]. Facebook, **Prefeitura de Sorocaba**. Mar. 2017. Disponível em: <https://www.facebook.com/share/1EyXHKH8gg/>. Acesso em: 19 nov. 2025.

ANDRADE, Paulo. Saae joga esgoto irregular em trecho do Rio Sorocaba diariamente há 18 meses. **Portal Porque**, 27 jan. 2025a. Disponível em: <https://www.portalporque.com.br/sorocaba-regiao/saae-joga-egoto-irregular-em-trecho-do-rio-sorocaba-diariamente-ha-18-meses/>. Acesso em: 18 mar. 2025.

ANTUNES, Wilma. **Cheio de problemas, novo Plano Diretor aprovado pela Câmara deve favorecer empreiteiras: texto com 52 emendas é aprovado em sessão marcada por manifestações, críticas de vereadores e denúncias de especulação imobiliária**. Portal Porque, Sorocaba, 30 dez. 2024. Disponível em: <https://www.portalporque.com.br/sorocaba-regiao/camara-aprova-revisao-do-plano-diretor-sob-protestos-e-acusacoes-de-favorecimento/>. Acesso em: 19 de jan. de 2026.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: edições 70, 1977.

BAR_AUGUSTAA_OFICIAL. A prefeitura de Sorocaba é inimiga das árvores e a gente pode provar. **Instagram**, 25 jan. 2026. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/DT5zKZLj0Qy/>. Acesso em: 26 jan. 2026.

BARRETO, Iلسon Juliano. **Sorocaba: uma cidade média à caminho de se tornar sede de uma nova região metropolitana em São Paulo? In: Anais do II Simpósio Nacional de Geografia da UFG**. Catalão: UFG, 2013. Disponível em: <https://repositorio.ufc.br/handle/riufc/33018>. Acesso em: 26 jun. 2025.

BERGER, Christa. A pesquisa em comunicação na América Latina. In: HOHLFELDT, Antonio; MARTINO, Luiz C.; FRANÇA, Vera Veiga (orgs.). **Teorias da comunicação: conceitos, escolas e tendências**. 7. ed. Petrópolis: Vozes, 2007.

BERNA, Vilmar S. Demamam. **Comunicação ambiental: reflexões e práticas em educação e comunicação ambiental**. São Paulo: Paulus, 2010.

BERTH, Joice. **Se a cidade fosse nossa: racismos, falocentrismos e opressões nas cidades**. 1. ed. São Paulo: Paz & Terra, 2023.

BERTH, Joice. **Urbanismo como prática de resistência**. São Paulo: Editora Jandaíra, 2023.

BISPO DOS SANTOS, Antônio. **A terra dá, a terra quer**. São Paulo: Ubu Editora; PISEAGRAMA, 2023.

BOBBIO, Norberto. **A era dos direitos**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.

BRANDÃO, Elizabeth Pazito. Conceito de comunicação pública. In: DUARTE, Jorge (org.). **Comunicação pública: Estado, mercado, sociedade e interesse público**. São Paulo: Atlas, 2007.

BRASIL. Constituição (1988). Constituição da República Federativa do Brasil. Brasília, DF: Senado Federal, 1988.

BRASIL. Lei nº 4.680, de 18 de junho de 1965. **Diário Oficial da União**. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l4680.htm. Acesso em 3 jul. 2025.

BRASIL. Lei nº 9.795, de 27 de abril de 1999. **Diário Oficial da União**. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l9795.htm. Acesso em 3 jul. 2025.

BRASIL. Lei nº 9.795, de 27 de abril de 1999. Dispõe sobre a educação ambiental e institui a Política Nacional de Educação Ambiental. **Diário Oficial da União: Brasília**, DF, 28 abr. 1999. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l9795.htm. Acesso em: 3 jul. 2025.

BUCKINGHAM, David. **Manifesto pela educação midiática**. São Paulo: edições Sesc, 2022.

BUCKINGHAM, David. **Educação midiática: alfabetização, aprendizagem e cultura contemporânea**. São Paulo: Loyola, 2022.

CÂMARA MUNICIPAL DE SOROCABA. **Memorial - Sorocaba - História de Sorocaba**. Disponível em: <https://www.camarasorocaba.sp.gov.br/page.html?id=67af4d332eec7c46f38a4499>. Acesso em: 3 jul. 2025.

CAMPANHA DE CONSCIENTIZAÇÃO contra queimada começa em agosto. Jornal Município de Sorocaba. **Prefeitura Municipal de Sorocaba**. Julho de 2024. Disponível em: <https://noticias.sorocaba.sp.gov.br/wp-content/uploads/2019/12/agencia-teste-1827-24-de-julho.pdf>. Acesso em: 19 nov. 2025.

CARVALHO, Isabel Cristina de Moura. **Educação ambiental: a formação do sujeito ecológico**. 7. ed. rev. e ampl. São Paulo: Cortez Editora, 2024.

CETESB – COMPANHIA AMBIENTAL DO ESTADO DE SÃO PAULO. **Relatório de Qualidade das Águas Interiores do Estado de São Paulo 2023**. São Paulo, 2024.

CIDADES Sustentáveis. **Educação para a sustentabilidade e qualidade de vida**. Disponível em:

<https://www.cidadessustentaveis.org.br/institucional/pagina/educacao-para-a-sustentabilidade-e-qualidade-de-vida?Eixos=true>. Acesso em: 3 jul. 2025.

CITELLI, Adison; FALCÃO, Sandra Pereira. **Comunicação e educação: um contributo para pensar a questão ambiental**. Comunicação & Educação, [S. l.], v. 20, n. 2, p. 15-26, 2015. DOI: 10.11606/issn.2316-9125.v20i2p15-26

CIDADES Sustentáveis. **Programa Cidades Sustentáveis**. Disponível em: <https://www.cidadessustentaveis.org.br/paginas/pcs>. Acesso em: 3 jul. 2025.

COMEMORAMOS HOJE (22) o Dia da Água e o Dia do Rio Sorocaba! [captura de tela]. Facebook, **Prefeitura de Sorocaba**. Mar. 2021. Disponível em: <https://www.facebook.com/share/v/1A4yw2c6Gm/>. Acesso em: 19 nov. 2025.

DIAS, Matheus. Forte chuva causa alagamentos e transtornos em Sorocaba. **TV Sorocaba SBT, Sorocaba**, 10 dez. 2024. Disponível em: <https://www.tvsorocaba.com.br/forte-chuva-causa-alagamentos-e-transtornos-em-sorocaba/>. Acesso em: 26 jan. 2026.

DUARTE, Jorge (org). Instrumentos de Comunicação Pública. In: **Comunicação Pública: estado, mercado, sociedade e interesse público**. São Paulo: atlas, 2007. P. 59.

ESTÁ CHEGANDO mais uma tradicional Descida do Rio Sorocaba! [captura de tela]. Facebook, **Prefeitura de Sorocaba**. Mar. 2018. Disponível em: <https://www.facebook.com/share/p/17guiTKqkp/>. Acesso em: 19 nov. 2025.

FEBVRE, Lucien. **Combates pela história**. Lisboa: Presença, 1969.

FORMIGA, Asdrúbal Borges Sobrinho. **A publicidade saudável na comunicação pública**. *Organicom*, São Paulo, v. 14, n. 27, p. 13-24, 2017. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/organicom/article/view/139139/134491>. Acesso em: 13 nov. 2024.

FRANÇA, Vera Veiga. O objeto da comunicação / A comunicação como objeto. In: HOHLFELDT, Antonio; MARTINO, Luiz C.; FRANÇA, Vera Veiga (orgs.). **Teorias da comunicação: conceitos, escolas e tendências**. 7. ed. Petrópolis: Vozes, 2007.

FREIRE, Paulo. **A importância do ato de ler: em três artigos que se completam**. São Paulo: Cortez, 1982.

FRÓIS DOS SANTOS, Fernanda. **Ilhas de calor em Sorocaba**. *Uniso Ciência*, 2024.

GABARDO, Emerson; SALGADO, Eneida Desiree. O princípio da publicidade e os abusos de poder político econômico na democracia contemporânea. *In*: AFFORNALLI, Maria Cecília Naressi Munhoz; GABARDO, Emerson (Orgs.). **Direito Informação e Cultura – o desenvolvimento social a partir de uma linguagem democrática**. Belo Horizonte: Fórum, 2012.

GADOTTI, Moacir. **Educar para a sustentabilidade**: uma contribuição à década da educação para o desenvolvimento sustentável. São Paulo: Editora e Livraria Instituto Paulo Freire, 2008.

GARCIA, Carlos Mello; AFONSO, Jorge Augusto Callado. Revitalização de rios urbanos. **Revista Eletrônica de Gestão e Tecnologias Ambientais**, v. 1, n. 1, p. 131–144, 2013. Disponível em: <https://periodicos.ufba.br/index.php/gesta/article/view/7111>. Acesso em: 25 set. 2025.

GRUPO IMAGEM. III Maratona Fotográfica do Rio Sorocaba (2025). Disponível em: <https://www.grupoimagem.org.br/gallery/137403-iii-maratona-fotografica-do-rio-sorocaba>. Acesso em: 19 nov. 2025.

GUEDES, Suelen Miyuki Alves; MALCHER, Maria Ataíde. **Publicidade e propaganda: história, conceitos e trajetória de ensino**. Research, society and development, v. 10, n. 15, e196101522636, 2021. Doi: <https://doi.org/10.33448/rsd-v10i15.22636>.

HARAWAY, Donna J. **Ficar com o problema: fazer parentes no Chthuluceno**. Tradução de Ana Luiza Braga. São Paulo: Ubu Editora, 2023.

HOHLFELDT, Antonio. As origens antigas: a comunicação e as civilizações. *In*: HOHLFELDT, Antonio; MARTINO, Luiz C.; FRANÇA, Vera Veiga (org.). **Teorias da comunicação: conceitos, escolas e tendências**. 7. ed. Petrópolis: Vozes, 2007.

JORNAL MUNICÍPIO DE SOROCABA. **Aedes Aegypti**. Julho de 2024. Disponível em: <https://noticias.sorocaba.sp.gov.br/wp-content/uploads/2019/12/agencia-teste-1953-01-de-fevereiro.pdf>. Acesso em: 19 nov. 2025.

JORNAL MUNICÍPIO DE SOROCABA. **Campanha de conscientização contra queimada começa em agosto**. Julho de 2024. Disponível em: <https://noticias.sorocaba.sp.gov.br/wp-content/uploads/2019/12/agencia-teste-1827-24-de-julho.pdf>. Acesso em: 19 nov. 2025.

JORNAL MUNICÍPIO DE SOROCABA. **Programa “Verde Via” atendeu 22 vias e nova praças de Sorocaba**. Dezembro de 2017. Disponível em: <https://noticias.sorocaba.sp.gov.br/wp-content/uploads/2019/12/agencia-teste-1930-29-de-dezembro.pdf>. Acesso em: 19 nov. 2025.

JR., Geraldo; CORRÊA, Mayara. Após cassação de Crespo, Jaqueline Coutinho é a 1ª mulher a assumir a Prefeitura de Sorocaba. **G1 Sorocaba e Jundiáí**, Sorocaba, 24 ago. 2017. Disponível em: <https://g1.globo.com/sao-paulo/sorocaba-jundiai/noticia/apos-cassacao-de-crespo-ja-queline-coutinho-e-a-1-mulher-a-assumir-a-prefeitura-de-sorocaba.ghtml>. Acesso em: 26 jan. 2026.

KRENAK, Ailton. **Ideias para adiar o fim do mundo**. 1. ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2019.

LEI Nº 9.795, de 27 de abril de 1999. **Dispõe sobre a educação ambiental e institui a Política Nacional de Educação Ambiental**. Brasília, 1999.

MANFREDINI, Fábio Navarro; GUANDIQUE, Manuel Enrique Gamero; ROSA, André Henrique. **A história ambiental de Sorocaba**. Sorocaba: Unesp – Câmpus Experimental de Sorocaba, 2015. Disponível em: <https://www.sorocaba.unesp.br/Home/Eventos191/historia-ambiental-editora-ebook.pdf>. Acesso em: 30 mai. 2025

MANGA, Rodrigo. Prefeito anuncia mar... [captura de tela]. Instagram, **@rodrigomangaoficial**, out. 2024a. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/DBrk9t1PYco/?hl=pt>. Acesso em: 19 nov. 2025.

MARQUÊZ, Paulo Antônio de Sousa. **O “ser” e “fazer” do relações públicas na promoção da abertura parlamentar, transparência pública e participação cidadã**. 2023. 197 f. Tese (Doutorado em Comunicação e Cultura) — Universidade de Sorocaba, Sorocaba, SP, 2023. Disponível em: <https://uniso.br/mestrado-doutorado/comunicacao-e-cultura/teses/2023/paulo-antonio.pdf>. Acesso em: 20 de janeiro de 2026.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. 2. ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1997.

MCCARTHY, Niall. O Facebook está se tornando reduto dos mais velhos? **Forbes**, 13 de março de 2019. Disponível em: <https://forbes.com.br/colunas/2019/03/o-facebook-esta-se-tornando-uma-rede-para-o-publico-mais-velho/>. Acesso em: 23 de maio de 2024.

MARTINO, Luiz C. De qual comunicação estamos falando? In: HOHLFELDT, Antonio; MARTINO, Luiz C.; FRANÇA, Vera Veiga (orgs.). **Teorias da comunicação: conceitos, escolas e tendências**. 7. ed. Petrópolis: Vozes, 2007.

MEDEIROS, Carlos. Brasil retrocede em 60% das metas de desenvolvimento da onu, diz relatório. **UOL**. 2023. Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/colunas/carlos-madeiro/2023/09/25/brasil-retrocede-em-60-das-metas-de-desenvolvimento-da-onu-diz-relatorio.htm> acesso em: 22 de jan. de 2024.

MELO, José Marques De. **Teoria e metodologia da comunicação: tendências do século XXI**. 1. Ed. São Paulo: Paulus, 2014.

MIGNOLO, Walter. **Colonialidade: o lado mais escuro da modernidade**. Revista Brasileira de Ciências Sociais, v. 32, n. 94, 2017. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rbcsoc/a/nKwQNPx5Zr3yrMjh7tCZVk/abstract/?lang=pt>. Acesso em: 14 out. 2025.

MIGNOLO, Walter. **Desobediência epistêmica: a opção descolonial e o significado de identidade em política**. 2017.

NICOLETTI, Ana Paula Sallum; POSTALI, Thífani. **As verticalidades como inimigas do Rio: análise das comunicações do prefeito de Sorocaba sobre a construção da marginal direita**. In: *V Jornada de Ciência da Comunicação*. Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra, 2024.

PERUZZO, Cícilia Maria Krohling. **Fundamentos teóricos da comunicação popular, comunitária e alternativa** [recurso eletrônico]. Vitória, es: edufes, 2024. 266 p. (coleção pesquisa ufes; 58). Isbn 978-85-7772-571-7. Disponível em: <https://repositorio.ufes.br/server/api/core/bitstreams/3400f8b7-1354-421b-b1da-8e75a459b740/content>. Acesso em: 14 de jun de 2024.

PORTAL PORQUÊ. Pela 4ª vez, Justiça nega retorno de Rodrigo Manga à Prefeitura de Sorocaba. **Portal Porque**, Sorocaba, 16 dez. 2025. Disponível em: <https://www.portalporque.com.br/sorocaba-regiao/pela-4a-vez-justica-nega-retorno-d-e-rodrigo-manga-a-prefeitura-de-sorocaba/>. Acesso em: 23 jan. 2025.

PREFEITURA assina acordo com MP para iniciar obras da Marginal Direita do Rio Sorocaba. **G1 Sorocaba e Jundiáí**, Sorocaba, 8 out. 2025. Disponível em: <https://g1.globo.com/sp/sorocaba-jundiai/noticia/2025/10/08/prefeitura-assina-acordo-com-mp-para-iniciar-obras-da-marginal-direita-do-rio-sorocaba.ghtml>. Acesso em: 19 nov. 2025.

PREFEITURA DE SOROCABA. Especial de aniversário – 52 anos do Zoo: histórias & curiosidades – Bem-estar animal. **YouTube**, 14 out. 2018. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=1XNnVk3VwaU>. Acesso em: 24 jan. 2026.

PREFEITURA MUNICIPAL DE SOROCABA. **Portal da transparência**. Sorocaba, s.d. Disponível em: <https://transparencia.sorocaba.sp.gov.br/tdaportalclient.aspx?418>. Acesso em: 20 mar. 2025.

PREFEITURA MUNICIPAL DE SOROCABA. **Rio Sorocaba**. Visite Sorocaba, s.d. Disponível em: <https://visite.sorocaba.sp.gov.br/visite/rio-sorocaba/>. Acesso em: 11 nov. 2025.

QUIJANO, Aníbal. **Colonialidade do poder e classificação social**. Epistemologias do Sul. São Paulo: Cortez Editora, 2010.

RECUERO, Raquel. **A rede é a mensagem: efeitos da difusão de informações nos sites de rede social**. 2012. Disponível em:

<http://www.raquelrecuero.com/arquivos/redemensagem.pdf>. Acesso em: 06 de jun de 2024.

REUTERS. Facebook chega a 1,94 bilhão de usuários em todo o mundo no 1º trimestre de 2017. **G1**, 04 maio 2017. Disponível em: <https://g1.globo.com/tecnologia/noticia/facebook-chega-a-194-bilhao-de-usuarios-em-todo-o-mundo-no-1-trimestre-de-2017.ghtml>. Acesso em: 11 nov. 2025.

RODRIGO Manga afastado: quem é o “prefeito tiktoker” investigado pela PF por suspeita de corrupção na Saúde em Sorocaba. **G1 Sorocaba e Jundiáí**, Sorocaba, 6 nov. 2025. Disponível em: <https://g1.globo.com/sp/sorocaba-jundiai/noticia/2025/11/06/rodrigo-manga-prefeito-d-e-sorocaba-afastado.ghtml>. Acesso em: 6 nov. 2025.

SANDMANN, Antonio. **A linguagem da propaganda**. 2. ed. São Paulo: Contexto, 1999.

SANT'ANNA, Armando; ROCHA JR., Ismael; GARCIA, Luiz Fernando. **Propaganda: teoria, técnica e prática**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2009.

SANTOS, Milton. **A natureza do espaço: técnica e tempo, razão e emoção**. 4. Ed., 2. Reimpr. São paulo: editora da universidade de são paulo, 2006a. (coleção Milton Santos, 1).

SANTOS, Milton. **Por uma outra globalização: do pensamento único à consciência universal**. 22. Ed. Rio de janeiro: record, 2009b.

SCHRAMM, Wilbur. **The process and effects of mass communication**. Urbana: University of Illinois Press, 1954.

SCINOCCA, Marcel. Despejo de esgoto sem tratamento no rio Sorocaba afeta processo de despoluição, alertam especialistas. **G1, Sorocaba e Jundiáí**, 29 abr. 2024. Disponível em: <https://g1.globo.com/sp/sorocaba-jundiai/noticia/2024/04/29/despejo-de-egoto-sem-tratamento-no-rio-sorocaba-afeta-processo-de-despoluicao-alertam-especialistas.ghtml>. Acesso em: 26 jun. 2025.

SERVIÇO AUTÔNOMO DE ÁGUA E ESGOTO DE SOROCABA (SAAE). Programa de Despoluição do Rio Sorocaba. Sorocaba: **SAAE**, s.d. Disponível em: <https://www.saaesorocaba.com.br/programa-de-despoluicao-do-rio-sorocaba/>. Acesso em: 11 nov. 2025.

SESC. **Onde nasci passa um rio**. Sorocaba: Serviço Social do Comércio, [s.d.]. [panfleto].

SOARES, Fernanda Brugnerotto. **Audiências públicas na Câmara Municipal de Sorocaba: uma análise comunicacional**. 2019. 130 f. il. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Cultura) – Universidade de Sorocaba, Sorocaba, 2019.

SODRÉ, Muniz. **A ciência do comum: notas para o método comunicacional**. Petrópolis: Vozes, 2014.

SOROCABA é o 2º município do Brasil no ranking nacional de cidades sustentáveis da ONU. **G1 Sorocaba e Jundiáí**, Sorocaba, 15 ago. 2023. Disponível em: <https://g1.globo.com/sp/sorocaba-jundiai/noticia/2023/08/15/sorocaba-e-a-2a-cidade-do-brasil-no-ranking-nacional-de-cidades-sustentaveis-da-onu.ghtml>. Acesso em: 22 jan. 2024.

SORRILHA, Fabiana Blaseck. Saiba quais são os primeiros locais a serem interditados em caso de alagamento em Sorocaba. **Portal Porque**, 31 de jan. 2025. Disponível em: <https://www.portalporque.com.br/sorocaba-regiao/saiba-os-primeiros-locais-a-serem-interditados-em-caso-de-alagamento-em-sorocaba/>. Acesso em: 11 de fev. de 2025.

SP: Prefeitura de Sorocaba aumenta passagem de ônibus e ataca estudantes com o corte do passe gratuito. **A Nova Democracia**, Sorocaba, 9 jan. 2026. Disponível em: <https://anovademocracia.com.br/sp-prefeitura-de-sorocaba-aumenta-passagem-de-ônibus-e-ataca-estudantes-com-o-corte-do-passe-gratuito/>. Acesso em: 24 jan. 2026.

UNIVERSIDADE DE SOROCABA (UNISO). Ilhas de calor são mapeadas em Sorocaba. **UNISO Ciência**, Sorocaba, 20 out. 2024. Disponível em: <https://sistema.uniso.br/site-uniso/unisociencia/jornal/tabloide-ed-29.pdf>. Acesso em: 19 de jan. de 2026.

SOROCABA. Secretaria do Meio Ambiente, Proteção e Bem-Estar Animal. Água – o nosso recurso precioso. Material institucional impresso digitalizado. Sorocaba, 2020. Documento recebido via Lei de Acesso à Informação (Plataforma Fala Brasil).

Vannuchi, C. O direito à comunicação e os desafios da regulação dos meios no Brasil. *GALÁXIA. Revista Interdisciplinar de Comunicação e Cultura*, (38). 01 ago. 2018. Disponível em: <https://revistas.pucsp.br/index.php/galaxia/article/view/32145>. Acesso em: 10 jan. 2026.

VIEIRA, Oscar Vilhena. **Direitos fundamentais e bioética**. In: COSTA, Sérgio Ibiapina Ferreira; GARRAFA, Volnei; OSELKA, Gabriel (org.). *Iniciação à bioética*. Brasília: Conselho Federal de Medicina, 1998. p. 25-36.