

ISSN: 2316-6517

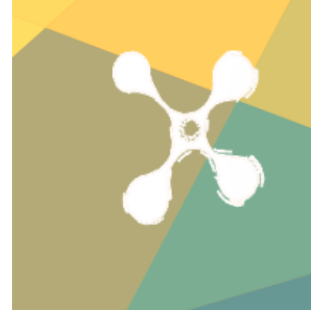


**International Journal of Knowledge  
Engineering and Management**

v. 12, n. 32, 2023.



[ijkem.ufsc.br](http://ijkem.ufsc.br)



## **A MEDIAÇÃO TRANSFORMADORA NA PERCEPÇÃO E PRÁTICA SUSTENTÁVEL NO AUDIOVISUAL**

**MARILHA NACCARI SANTOS**

Doutoranda em Engenharia, gestão e mídia do conhecimento  
Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC)

[naccari@gmail.com](mailto:naccari@gmail.com)

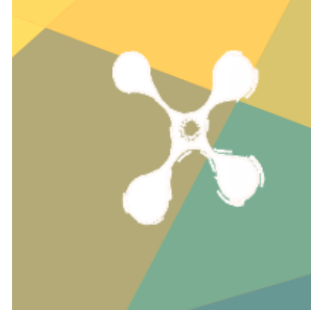
ORCID: 0009-0004-4920-8264

**Hans Michael Van Bellen**

Doutor em Engenharia de Produção  
Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC)

[hansmichael.vanbellen@gmail.com](mailto:hansmichael.vanbellen@gmail.com)

ORCID: 0000-0002-9224-7232



Sistema de avaliação: duplo cego (*double blind review*).  
UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA (UFSC)

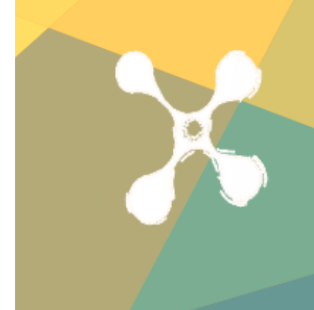


## MUDANÇA NA PERCEPÇÃO DE SUSTENTABILIDADE NO SETOR AUDIOVISUAL

### Resumo

**Objetivo:** Este estudo visa analisar como uma mediação breve pode alterar a percepção de sustentabilidade em projetos audiovisuais. **Design|Metodologia|Abordagem:** Utilizou-se um estudo de caso envolvendo 12 produtores no ECM+Lab 2021, em que foram aplicados questionários antes e depois de sessões de mediação. Analisou-se as fontes e a composição do formulário, o roteiro das entrevistas e os resultados quantitativa e qualitativamente. Incluindo a comparação das respostas espontâneas (antes da mediação) e reformuladas (após a mediação), sob a perspectiva da ação mediada, conforme proposto por Wertsch (1993), e do julgamento perceptivo de Peirce (1976, citado em Santaella, 2008), para identificar as correlações das práticas de sustentabilidade nos projetos audiovisuais relatadas pelos produtores e mediador. **Resultados:** Houve um aumento médio de 43% na consciência sobre práticas sustentáveis entre os produtores. Evidenciando a relevância de processos de consultoria para aprimorar a compreensão da sustentabilidade. **Originalidade|Valor:** Este estudo é pioneiro ao examinar o impacto da mediação na sustentabilidade no contexto audiovisual latino-americano, oferecendo novas perspectivas sobre práticas sustentáveis.

**Palavra-chave:** Práticas sustentáveis, Audiovisual, Ação mediada, Percepção, Ecovision.

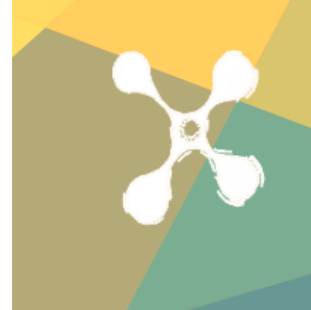


## TRANSFORMATIVE MEDIATION IN SUSTAINABLE AUDIOVISUAL PERCEPTIONS AND PRACTICES

### Abstract

**Goal:** This study aims to analyze how brief mediation can alter the perception of sustainability in audiovisual projects. **Design|Methodology|Approach:** A case study involving 12 producers at ECM+Lab 2021 was conducted, where questionnaires were applied before and after mediation sessions. The sources and composition of the form, the interview script, and the results were analyzed both quantitatively and qualitatively. This included comparing spontaneous responses (before mediation) and reformulated ones (after mediation), under the perspective of mediated action as proposed by Wertsch (1993), and Peirce's (1976, cited in Santaella, 2008) perceptual judgment, to identify the correlations of sustainable practices in audiovisual projects reported by the producers and the mediator. **Results:** There was an average 43% increase in awareness of sustainable practices among producers, highlighting the relevance of consulting processes to enhance the understanding of sustainability. **Originality|Value:** This study is pioneering in examining the impact of mediation on sustainability in the Latin American audiovisual context, offering new insights into sustainable practices.

**Keywords:** Sustainable practices, Audiovisual, Mediated action, Perception, Ecovision

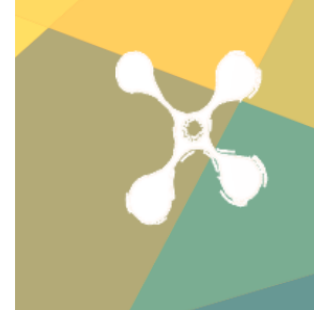


## 1. Introdução

Este artigo examina o desafio emergente de integrar práticas sustentáveis no setor audiovisual. A indústria audiovisual, representa uma das atividades econômicas de relevância do Brasil, com influência na qualidade de vida. Práticas sustentáveis são essenciais para alinhar o setor com as diretrizes econômicas e morais do século 21 (Stiles, 2023). Embora existam protocolos de sustentabilidade na Europa, como os selos Albert e BAFTA, eles ainda são incipientes e muitas vezes não consideram as vertentes econômicas e sociais, além de ignorarem o contexto latino-americano, limitando sua eficácia e representatividade local.

A indústria audiovisual tem grande importância econômica e impacto social no Brasil. O setor audiovisual chegou a 5ª posição no ranking de atividades economicamente mais relevantes do país (Agência Nacional do Cinema [ANCINE], 2022). O Brasil constou como o segundo maior mercado de streaming do mundo (Laycock, 2021). Além disso o setor audiovisual relaciona-se com geração de trabalho e renda, assim como está concatenado com indicadores gerais de qualidade de vida, como desenvolvimento urbano, educação, segurança pública e cultura (Manevy et al., 2022). Acrescentamos o valor de sustentabilidade ambiental, social e econômico.

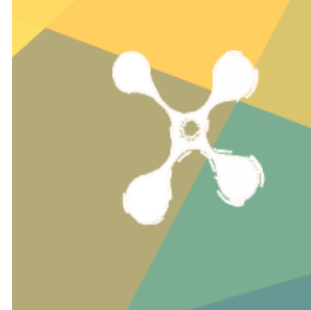
Natureza, sociedade e negócios estão interligados de formas complexas que devem ser entendidas pelos tomadores de decisão. A sustentabilidade é a principal diretriz econômica e moral do século 21, sendo uma das fontes mais importantes de oportunidades e riscos para os negócios (Stiles, 2023). Contudo, protocolos globais de sustentabilidade para o



audiovisual ainda são incipientes em todos os continentes. Blas (2022) destaca o protagonismo dos selos Albert e BAFTA na Europa, mas recomenda futuras pesquisas incluindo o exame de protocolos de outras iniciativas. Protocolos de sustentabilidade de outros continentes, mesmo que relevemos sua incipiência e o fato de tratarem com menor atenção aspectos sociais e de governança, não consideram especificidades geopolíticas, sociais e culturais latino-americanas, carregam visões de mundo distintas e podem não representar adequadamente os interesses dos atores locais (Meadows, 1998).

Para tratar uma perspectiva do desafio de uma indústria audiovisual com práticas sustentáveis, este estudo foca no impacto da mediação por consultores especializados na percepção de sustentabilidade de produtores audiovisuais durante o evento ECM+Lab 2021, evento que integrou o festival de cinema 25º Florianópolis Audiovisual Mercosul, realizado online, devido a pandemia, através da experiência do consultor Daniel Celli, o qual guiou 12 produtores em uma dinâmica de consultoria. O fenômeno estudado foi uma ação do grupo de trabalho Ecovision, composto por seis membros de dois países, com experiências mistas entre público, privado, segundo e terceiro setor. Este grupo anunciou o desenvolvimento do selo Ecovision e foi estabelecido pela Associação Cultural Panvision, uma organização não governamental brasileira com uma tradição de 27 anos de criação de redes para compartilhamento de informações e construção de paradigmas para o audiovisual sul-americano (Panvision, 2023). Celli, trabalha no domínio audiovisual há 17 anos e, nos últimos anos, dedicou seus esforços à gestão pública, focando em políticas públicas que incentivam o crescimento do mercado audiovisual e de sua cadeia socioeconômica.

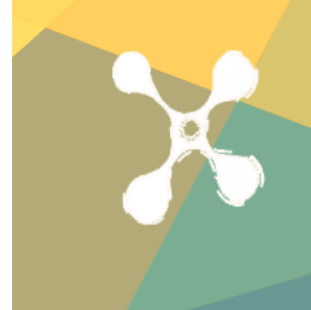
O estudo é baseado em um formulário eletrônico composto por 13 expressões genéricas, que são respondidas pelo participante de forma autônoma, em relação ao seu projeto de conteúdo audiovisual, que está atualmente em desenvolvimento. A consulta ocorre em



formato síncrono, remoto e de videoconferência, via Zoom. O processo envolve a utilização de dados do projeto, escuta ativa, questões focais e exemplos de outras produções. Além disso, foram identificadas as ações que já foram implementadas pelos produtores, bem como as ações viáveis para cada tópico. O consultor responde ao mesmo formulário para cada projeto, gerando assim um novo índice. O questionário aborda vários aspectos, como matéria-prima, mão de obra, energia e uso consciente. Sendo quatro itens diretamente relacionados à comunicação e apenas um abordando uma mensagem de sustentabilidade no próprio roteiro.

O grupo focal envolve 12 produtores de projetos de séries ou longas-metragens, ficcionais ou documentais. Sendo dois longas-metragens documentários, duas séries documentárias, cinco longas-metragens ficção, três séries de ficção. De empresas sediadas em sete países: Argentina, Bolívia, Brasil, Chile, Colômbia, Equador e Peru. As respostas e considerações estão relacionadas a projetos reais em desenvolvimento.

É importante observar que o estudo não enfoca o tema da sustentabilidade na narrativa, nem se concentra na obra audiovisual. Em vez disso, foca na associação que o entrevistado reconhece em suas experiências e nas correlações das práticas de sustentabilidade no projeto audiovisual que está sendo questionado e relatado pelo mediador. Esse reconhecimento permite que consultor e produtor identifiquem os vários aspectos do termo em ações, em diferentes áreas da produção audiovisual. Como afirma Santaella (2008), o conhecimento não é apenas sobre o que se quer saber e quem aprende; ao contrário, “em essência, a ação do pensamento-signo não é meramente individual, mas social” e está em fluxo contínuo. Portanto, é essencial estabelecer conhecimentos e práticas próprias, assinar o código sobre a área que está sendo questionada e estabelecer sua intenção em relação às informações que já foram identificadas.

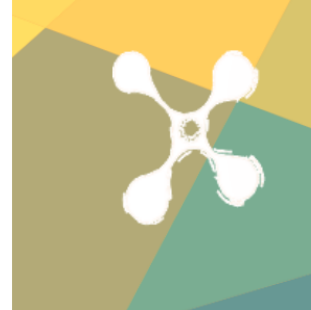


Abordamos a sustentabilidade como valor humano equiparado à liberdade, sendo o primeiro a pensar nas gerações futuras (Veiga, 2022). Sustentabilidade é um processo contínuo, parte de uma cadeia de práticas para alcançar o desenvolvimento sustentável. De acordo com as leituras de Boff (2013), Elkington (1997) e o conceito seminal de 1987 no relatório “Nosso Futuro Comum” (Organização das Nações Unidas [ONU], 1991), adotamos uma formulação gerencial dos princípios de desenvolvimento sustentável: um desenvolvimento econômico progressivo e equilibrado, aumentando a equidade social e a sustentabilidade ambiental, com justiça social para todas as espécies. Tomadores de decisão em diferentes níveis de gestão devem basear-se em informações sólidas e gerar conhecimento nesse processo. Assim, abordamos a mediação, que tanto apresenta informações quanto as transforma em conhecimento.

Adotamos uma abordagem da sustentabilidade baseada no conceito *Triple Bottom Line* (TBL), que trata da intersecção e equilíbrio da prosperidade econômica, justiça social e a integridade ambiental (Elkington, 2018). A implementação da sustentabilidade no projeto audiovisual deve ser tão robusta e deliberada quanto as representações capturadas na tela junto com toda a construção semiótica do produto audiovisual. As ações de produção em si também são a mensagem transmitida. Pavanati et al. (2010) enfatizaram que ações mediadoras podem estimular novas percepções, interpretações e comportamentos. Este artigo busca examinar o momento em que produtores audiovisuais são entrevistados durante o desenvolvimento de projetos de séries ou longas-metragens sobre a conceituação de práticas de sustentabilidade dentro desses projetos como um espaço de mediação e construção de comunicação para o reconhecimento de significados em uma relação dialógica.

Este estudo utiliza dois conceitos significativos para apoiar a ideia de que a mediação de consultores facilitou uma mudança na percepção dos produtores. Primeiramente, **a ação**

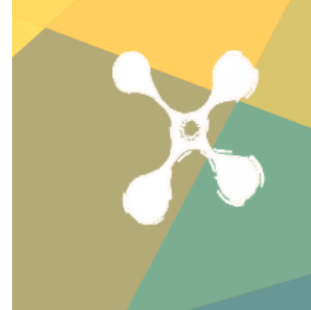




**mediada**, conforme proposta por Wertsch (1993), é uma estrutura teórica que acentua a interação entre agentes humanos e ferramentas culturais, como sinais, instrumentos e linguagem, que são empregadas para executar suas tarefas. Ela reconhece que a mente humana transcende o individualismo. Em segundo lugar, **a percepção**, de acordo com a obra de Pierce, pela leitura estudiosa e complementar de Santaella (2008), é o processo de se tornar consciente de algo externo a si mesmo e requer mediação para interpretar e representar a informação percebida, o que é conhecido como julgamento perceptivo.

Este quadro teórico está enraizado na abordagem sociocultural da mente, que destaca o papel dos fatores sociais e culturais na formação dos processos cognitivos. Wertsch (1993) se baseia no trabalho de Vygotsky e Bakhtin (1989, citado em Wertsch, 1993) para desenvolver o conceito de ação mediada. A teoria sociocultural de Vygotsky (1989, citado em Wertsch, 1993) enfatiza o papel da interação social e das ferramentas culturais no desenvolvimento cognitivo, enquanto as ideias de Bakhtin sobre multivocalidade e heterogeneidade de significado contribuem para a compreensão da complexidade da comunicação humana.

A ação mediada reconhece que a cognição humana não é apenas um processo individual, mas é moldada pelo contexto social e cultural em que ocorre. Wertsch (1993) enfatiza a importância das ferramentas culturais como mediadoras entre os indivíduos e seu ambiente, permitindo-lhes realizar tarefas e se comunicar de forma significativa. Para entender as complexidades da ação mediada e suas implicações para a cognição e comunicação humanas é importante compreender o ambiente sociocultural e as linguagens sociais, e devem ser vistas de maneira conjunta. O isolamento de dimensões pode impedir uma compreensão abrangente do fenômeno e limitar a exploração de sua complexidade e interconexão. A abordagem sociocultural da mente, enfatiza a importância de considerar várias vozes e perspectivas na compreensão do significado e da ação. A ação mediada

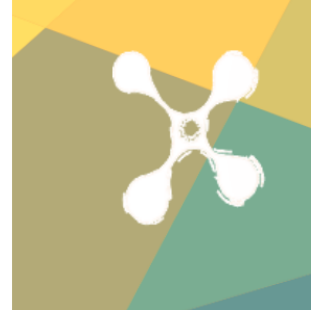


fornece uma unidade de análise não reducionista, mas gerenciável, para a pesquisa sociocultural, integrando fatores sociais e culturais com a agência individual.

Agência é o papel ativo dos indivíduos no uso e transformação de ferramentas culturais e sistemas de significado, destacando a natureza dinâmica e contextualmente fundamentada da ação humana (Wetsch, 1993). A noção de agência na ação mediada reconhece a interação entre as propriedades reiterativas dos meios mediacionais e a singularidade e irrepetibilidade de sua instanciação, permitindo variação, inovação e criatividade no uso de ferramentas culturais. A unidade de análise gerenciável na ação mediada é a interação entre agentes humanos e ferramentas culturais, como signos, instrumentos e linguagem, que são usados para realizar tarefas.

Para Peirce (1976, citado em Santaella, 2008), a cognição é um processo mediado por signos, que representam seus objetos de maneira triangular, o conhecimento surge da interação interpretativa entre signos, objetos e interpretantes. Enquanto a percepção não é um processo direto, mas envolve o uso de signos como mediadores entre o observador e o objeto percebido (Santaella, 2008). Em outras palavras, seguindo síntese de Santaella (2008), a percepção é o ato de se dar conta de algo externo a nós, conhecido como percepto, que se diferencia de estados como sonhar, alucinar ou devanear, pois implica em um senso de externalidade. A percepção nos confronta com algo que insiste e persiste em sua singularidade, compelindo-nos a atentar para ele.

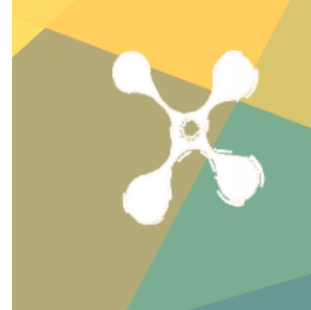
O julgamento perceptivo é o processo cognitivo por meio do qual as informações percebidas, ou perceptos, são interpretadas e recebem significado. Esse processo de interpretação e representação requer a mediação de signos, que servem como meio pelo qual o observador dá sentido à informação percebida. A ênfase de Peirce (1976, citado em Santaella, 2008) no papel dos signos como mediadores na percepção se alinha com sua



estrutura semiótica mais ampla, que vê os signos como fundamentais para o processo de aquisição de conhecimento e comunicação.

Na epistemologia semiótica desenvolvida por Pierce (1976, citado em Santaella, 2008) o autor reconhece como formas de raciocínio a dedução, indução e abdução. A dedução depende da integridade das premissas, aplicada uma regra geral em um caso específico se chega a uma conclusão. A indução, não é mais mera inferência probabilística, mas relacionada com a generalização devido a relação mediada pelos signos entre acontecimentos particulares e a generalizações. A abdução, criação Peirciana, é um tipo de processo de inferência ou raciocínio em que uma hipótese ou explicação é gerada para explicar os fatos ou fenômenos observados. A abdução funciona como um meio pelo qual se pode chegar a uma explicação hipotética sobre fatos específicos que nos deixam perplexos devido à nossa falta de compreensão. A principal diferença entre abdução e julgamento perceptivo está em sua natureza e controle. A abdução é um processo que ocorre além do controle consciente, onde hipóteses são geradas com base nas evidências disponíveis. Em contraste, o julgamento perceptivo é um processo cognitivo que envolve a interpretação e representação da informação percebida, mas não está sujeito ao controle ou crítica consciente. Este processo permite uma compreensão mais profunda do mundo externo e destaca a importância da mediação e o papel dos signos no processo cognitivo de percepção (Santaella, 2008).

Este estudo destaca a variação de percepção sobre sustentabilidade, fornecendo insights sobre a eficácia das intervenções focadas na sustentabilidade no desenvolvimento de projetos audiovisuais. Utilizaremos os dados convertidos em quantitativos para ilustrar a percepção que gerou a mudança dos índices diagnosticados na etapa antes e depois da mediação. O resultado revelou uma mudança significativa média de 43% na identificação de práticas sustentáveis nos projetos audiovisuais após uma hora de entrevista guiada por



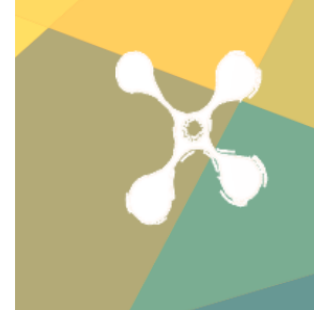
Celli. Concluímos que o resultado é oriundo de uma **ação mediada** na **percepção** dos produtores audiovisuais sobre práticas para a sustentabilidade e que intervenções focadas podem catalisar mudanças sustentáveis no setor.

## 2. Procedimentos Metodológicos

A presente pesquisa foi estruturada com base nos conceitos de *cognição* e *ação mediada*, conforme proposto por Wertsch (1993), e na teoria da *percepção* de Peirce (1976, citado em Santaella, 2008), que aborda o julgamento perceptivo. Esses conceitos foram fundamentais para entender como os produtores interpretaram e reagiram às práticas sustentáveis antes e após o processo de mediação. Utilizamos os processos de *abdução*, *dedução* e *indução* para gerar e testar hipóteses sobre as mudanças de percepção dos participantes.

O estudo de caso iniciou com o delineamento da sequência de etapas da dinâmica de consultoria, que envolveu três fases principais: aplicação de um questionário inicial, entrevista com mediação e reformulação das respostas. O questionário eletrônico, composto por 13 tópicos, foi elaborado com base em uma revisão detalhada de 55 fontes internacionais, que embasaram a seleção dos tópicos.

Na primeira fase, foram coletadas respostas espontâneas dos 12 produtores participantes, através do questionário, sem qualquer intervenção externa. Em seguida, na fase de mediação, um consultor especializado conduziu uma reflexão com cada produtor sobre as práticas sustentáveis relacionadas a seus projetos. Durante essa etapa, as respostas iniciais foram reformuladas, considerando as discussões e orientações recebidas. O objetivo desse processo de mediação foi fomentar uma nova percepção e conscientização sobre ações sustentáveis viáveis dentro dos projetos audiovisuais, com base nos conceitos de *ação mediada* e *julgamento perceptivo*.



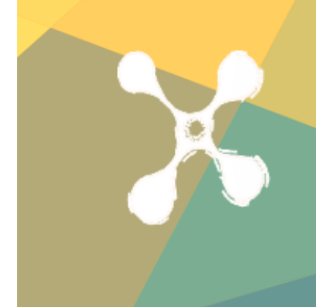
Os dados foram analisados tanto quantitativa quanto qualitativamente. Primeiramente, foi realizada uma comparação entre os índices de intenção de sustentabilidade antes e após a mediação, utilizando uma escala de respostas semelhante à de Likert. As mudanças observadas nos índices foram sintetizadas em gráficos e tabelas, permitindo uma visualização clara do impacto da mediação sobre as práticas sustentáveis. Além disso, foram investigadas as técnicas de mediação utilizadas pelo consultor durante as entrevistas, a fim de compreender seu papel na transformação da percepção dos produtores.

Por fim, os resultados quantitativos e qualitativos foram combinados para uma reflexão mais ampla sobre o papel da mediação no desenvolvimento da consciência sustentável no setor audiovisual. A análise final evidenciou a relevância da mediação como ferramenta para catalisar mudanças significativas nas práticas e percepções de sustentabilidade entre os participantes.

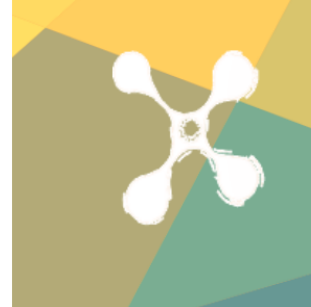
Essa abordagem mista, que combinou dados quantitativos, análise documental, revisão bibliográfica e interpretação qualitativa, possibilitou uma investigação aprofundada do fenômeno. A metodologia buscou não apenas identificar os resultados obtidos, mas também entender o processo que levou a essas mudanças. O Quadro 01 resume as etapas metodológicas, conectando a atividade realizada à base teórica que fundamentou o estudo.

**Quadro 1** - Relação das etapas metodológicas, atividades, instrumentos e base teórica.

<b>Etapa</b>	<b>Descrição</b>	<b>Instrumentos</b>	<b>Base teórica</b>
Planejamento da Pesquisa	Definição do objetivo e escopo do estudo. Seleção dos participantes (12 produtores audiovisuais).	Sistema de inscrição e processo seletivo por pareceristas externos.	<b>Ação Mediada</b> (Wertsch, 1993)



Desenvolvimento do Formulário		Criação de um formulário eletrônico com 13 expressões genéricas sobre práticas sustentáveis.	Formulário eletrônico	<b>Cognição</b> (Wertsch, 1993), <b>Julgamento Perceptivo</b> (Peirce, 1976, citado em Santaella, 2008)
Coleta de Dados - Pré-Mediação	de	Aplicação inicial do formulário aos participantes. Coleta de respostas espontâneas sobre sustentabilidade.	Formulário eletrônico	<b>Percepção</b> (Peirce, 1976, citado em Santaella, 2008)
Sessões de Mediação	de	Realização de sessões de mediação com o consultor Daniel Celli via Zoom. Discussão de práticas e ações sustentáveis.	Videoconferência (Zoom)	<b>Ação Mediada</b> (Wertsch, 1993), <b>Cognição</b> (Vygotsky, 1989, citado em Wertsch, 1993)
Coleta de Dados - Pós-Mediação	de	Aplicação do formulário revisado após a mediação. Coleta de novas respostas sobre práticas sustentáveis.	Formulário eletrônico	<b>Percepção</b> (Peirce, 1976, citado em Santaella, 2008), <b>Ação Mediada</b> (Wertsch, 1993)
Análise de Dados	de	Comparação dos dados pré e pós-mediação. Análise quantitativa e qualitativa das mudanças na percepção dos participantes.	Excel	<b>Abdução, Dedução, Indução</b> (Peirce, 1976, citado em Santaella, 2008)
Interpretação dos Resultados		Interpretação dos resultados e elaboração de conclusões.	-	<b>Julgamento Perceptivo</b> (Peirce, 1976, citado em Santaella, 2008)



Avaliação da  
eficácia da  
mediação nas  
mudanças de  
percepção.

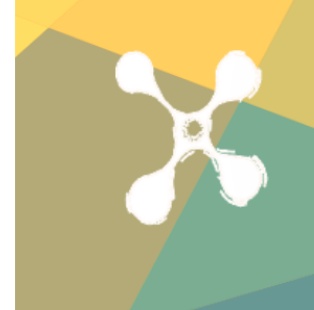
---

Fonte: elaborado pela autora (2021).

No processo de desenvolvimento do formulário foram revisadas 55 entradas diferentes, oriundos de 12 países, em especial da Europa e América do Norte, além de site de grupos internacionais. Foram 22 ocorrências diretamente ligadas ao Cinema e Audiovisual. Os dez materiais mais relevantes na pesquisa de institutos e materiais disponíveis para a sustentabilidade no audiovisual estão no quadro 02 de identificação das 10 principais fontes.

**Quadro 02** - Identificação das 10 fontes mais relevantes quanto a sustentabilidade no audiovisual.

Iniciativa		Descrição
BAFTA e Albert		Desde 2011, o BAFTA tem apoiado a indústria de cinema e televisão por meio de <i>Albert</i> , líder em sustentabilidade para o setor.
Ecoprod França	na	Principal iniciativa de produção cinematográfica sustentável na França, destacando filmes e equipes que reduzem a pegada ambiental.
Film Commission Da Eslováquia		Green Screen Action Plan, parte das práticas sustentáveis na indústria cinematográfica eslovaca.
Green Film no Trentino	na	Certificado focado em produções cinematográficas sustentáveis na região de Trentino.
Green Shooting Alemanha	na	Plataforma para sustentabilidade na indústria cinematográfica, criada em cooperação com a Filmförderung Hamburg Schleswig-Holstein.



Green Filming na Áustria	O Instituto de Cinema Austríaco considera o Green Producing como um aspecto importante de seus conceitos de financiamento, visando a sustentabilidade e a redução de emissões de CO2.
Green Production Guide (GPG)	Uma ferramenta online para reduzir a pegada de carbono e o impacto ambiental da indústria de cinema e televisão.
Green Shooting MFG na Alemanha	Calculadora de pegada de carbono relacionada à produção cinematográfica alemã.
Interreg Europe	Apresenta o "Green Screen Action Plan - Film London, 2020-2021".
Promalaga Green Screen na Espanha	Programa em Málaga que promove a sustentabilidade no audiovisual, colaborando posteriormente com outros países, incluindo o Reino Unido, na criação da Eureka, com uma calculadora de carbono no audiovisual.

---

Fonte: elaborado pela autora (2021).

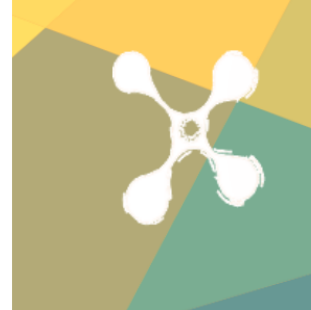
Expomos os principais pontos de convergência destas fontes para discutir práticas sustentáveis, destacando aspectos-chave relacionados à produção eco-friendly.

Primeiramente, o **uso de material reciclado ou reutilizável** emerge como um tema central, com ênfase na importância de separar o lixo adequadamente e adquirir materiais usados sempre que possível. O gerenciamento responsável do lixo gerado durante as filmagens é uma preocupação constante nos materiais, abordando práticas de reciclagem e descarte apropriado.

No que diz respeito à **mobilidade e transporte da equipe de produção**, as fontes oferecem orientações sobre planejamento de trajetos sustentáveis, considerando tipos de veículos mais *eco-friendly* e a redução das emissões de carbono associadas às viagens.

A questão do **uso de energia sustentável** também ocupa um lugar de destaque nas discussões, abrangendo desde a adoção de energia solar até o uso de iluminação LED e a minimização do uso de baterias.





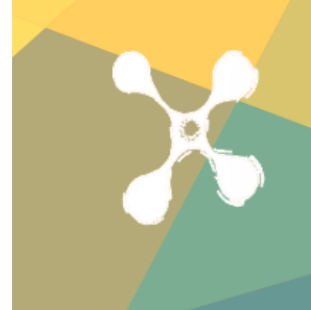
A **compensação de CO2** é um tópico que algumas fontes consideram como uma perspectiva adicional, mas muitas enfatizam o uso de calculadoras de carbono e métricas de pegada de carbono.

A **alimentação responsável ambientalmente** é menos frequente nas fontes, poucos incluem aspectos relacionados a insumos, economia local e tipos de alimentos utilizados durante as produções, geralmente este tópico é tratado com considerações sobre a restrição do uso de materiais descartáveis.

Quando se trata do **impacto à economia local**, esse ponto muitas vezes se relaciona à pegada de carbono da produção, enquanto uma perspectiva social não é amplamente explorada nas fontes. A contratação de fornecedores locais é mencionada de forma limitada, com seu potencial impacto na sustentabilidade da produção sendo uma questão menos abordada.

A **comunicação externa das ações de sustentabilidade** do projeto é consistentemente enfatizada como um fator-chave, destacando a importância de divulgar práticas sustentáveis para o público e parceiros. A educação da equipe sobre redução, reutilização e outras práticas de sustentabilidade é uma área de foco comum, principalmente quando envolvem especialistas em sustentabilidade para garantir a incorporação desses princípios para todos.

Além disso, **manuals e recursos especializados em sustentabilidade de vários domínios**, como hospedagem, ecoturismo e engenharia civil, também foram utilizados como base para o reconhecimento de clusters recorrentes e clusters com maior proeminência. Após todo o envolvimento da pesquisa com materiais correlatos resultou nas 13 perguntas abaixo:



**Quadro 3** - Perguntas aplicadas no questionário de mediação da consultoria ECOVISION em 2021.

#### Perguntas

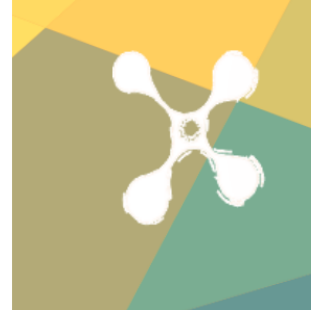
1. Relevância da origem da matéria prima na contratação de fornecedores.
2. Uso de material reciclado ou reutilizável.
3. Destinação/Descarte do lixo gerado pela produção.
4. Mobilidade e transporte sustentável da Equipe.
5. Use de Energia Sustentável.
6. Compensação de CO2.
7. Alimentação responsável ambientalmente.
8. Impacto à economia local.
9. Contratação de fornecedores locais.
10. Comunicação externa das ações de sustentabilidade do projeto.
11. Educação da Equipe para redução, reutilização e outras práticas de sustentabilidade.
12. Mitigação de estruturas narrativas que requerem recursos que impactam negativamente o meio ambiente.
13. Roteiro com mensagem de sustentabilidade.

---

Fonte: Grupo Ecovision, formulário google forms disponibilizado em 2021.

Duas **inovações** do questionário foram a consideração de estruturas narrativas que minimizam o impacto ambiental e a inclusão de mensagens de sustentabilidade nos roteiros, porém o primeiro tema já é tratado por fornecedores como a Sony, estúdios e finalizadoras, enquanto o segundo em geral está mais alinhado a ativismos.

Os temas foram sintetizados e vinculados a categorias maiores, com associações mais pragmáticas ou emocionais: **1. Materiais e fornecedores responsáveis; 2. Produção e descarte responsáveis de resíduos; 3. Uso consciente da energia; 4. Comunicação e educação; 5. Narrativa.** Isso também incluiu o aprimoramento da compreensão, tanto por meio das perspectivas dos entrevistados quanto da exploração do meio geográfico e social



no qual eles seriam integrados. Percebemos a utilização da mediação semiótica em direção à sustentabilidade, abrangendo a aplicação dos princípios da semiótica pragmática para promover procedimentos sustentáveis e conscientes na sociedade. Passamos agora as etapas de aplicação no estudo de caso.

Quanto a metodologia da construção do sistema de mediação, na primeira etapa, um formulário digital com 13 tópicos foi enviado para respostas espontâneas, com opções que variavam desde "não é possível fazer nada a respeito" até "já ter planejado ações de sustentabilidade". Cada resposta foi atribuída a um valor quantitativo, que foi relacionado a uma escala análoga à escala de Likert, criada pelo Rensis Likert, psicólogo norte-americano. Dos 13 tópicos, apenas 4 estavam diretamente ligados à comunicação, e apenas um deles envolvia uma mensagem de sustentabilidade no roteiro.

### **3. Resultados e Discussões**

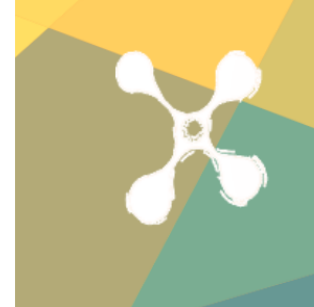
A análise dos índices de intenção de sustentabilidade envolveu a comparação entre respostas espontâneas a um formulário com escala similar a Likert, entrevistas e reformulação do laudo do formulário por parte do mediador.

Isso inclui compreender como os signos são usados para transmitir significados e como eles afetam percepções e comportamentos, considerando as experiências, conhecimentos e cultura das pessoas.

Celli<sup>1</sup> (2021) relata que *“uma conversa com um consultor como parte de Laboratório de um mercado audiovisual fez com que ações concretas começassem a ser vislumbradas para a produção ou que outras que já estavam incluídas fossem entendidas como parte de ações sustentáveis”*. Isso inclui compreender como os signos são usados para transmitir

---

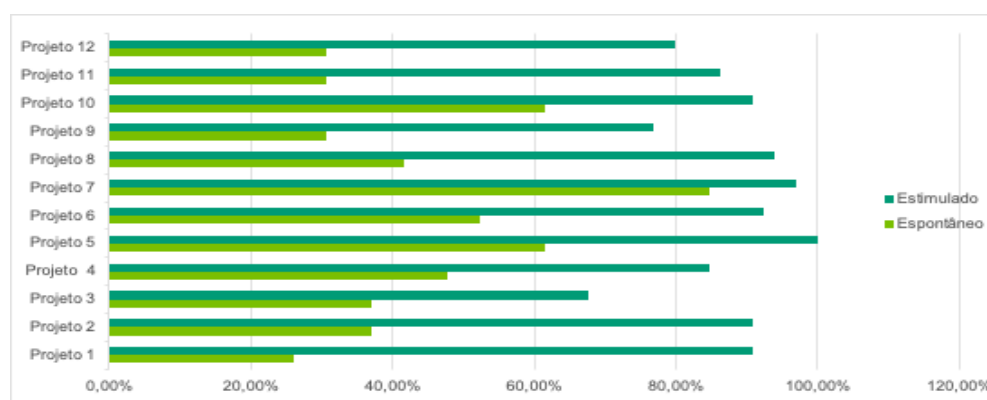
<sup>1</sup> Em palestra proferida online durante o FAM 2021. Disponível em [https://www.youtube.com/live/oYzPEz2Bih0?si=ksrA7S4MMP4-W\\_KU](https://www.youtube.com/live/oYzPEz2Bih0?si=ksrA7S4MMP4-W_KU)



significados e como eles afetam percepções e comportamentos, considerando as experiências, conhecimentos e cultura das pessoas. Da mesma forma, quando lemos os 13 pontos destacados na pesquisa, realizamos um processo inverso, no qual buscamos entender como os entrevistados se situam e se contextualizam em relação à noção de sustentabilidade neste contexto de mediação.

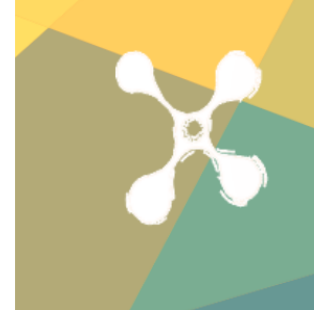
Para a análise comparativa de resultados antes da mediação, chamado de (índice) espontâneo, e depois da mediação, chamado de (índice) estimulado, foram feitos gráficos com os dados de cada projeto. A Figura 1 destaca quantitativamente o impacto da consulta na percepção dos participantes permitem visualizar o aumento no índice após a mediação.

**Figura 1** - Índice de intenção de sustentabilidade de cada projeto espontâneo e estimulado



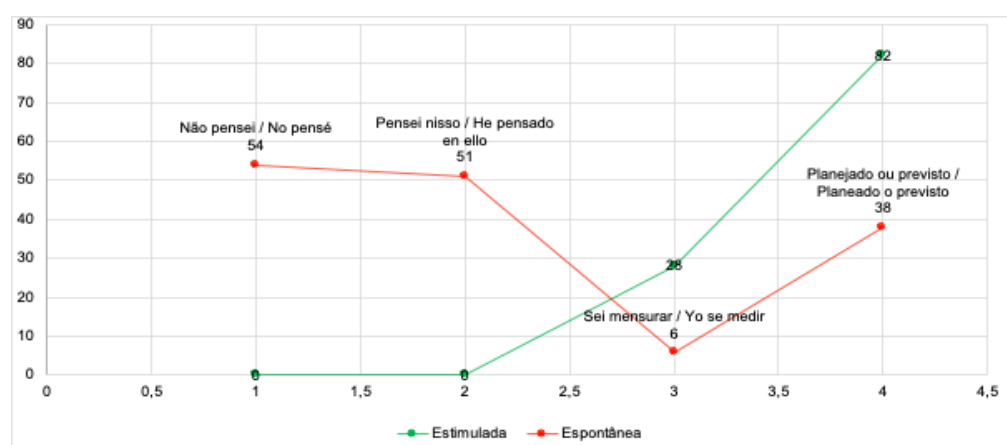
Fonte: Elaborado pela autora (2021).

A ação mediada, conforme proposta por Wertsch (1993), é essencial aqui, pois os questionários e entrevistas atuam como ferramentas culturais que mediam a construção de novos significados sobre práticas sustentáveis. A percepção dos participantes, inicialmente espontânea, é transformada por meio da mediação, exemplificando o conceito de julgamento perceptivo de Peirce (1976, citado em Santaella, 2008).



Também foi feito um quadro com o valor em peso das respostas de menor a maior aderência no índice espontâneo e estimulado. A Figura 2 mostra que inicialmente havia respostas com peso nulo, indicando falta de percepção sobre práticas sustentáveis. E após a mediação todos os entrevistados tinham capacidade de mensurar alguma perspectiva de cada um dos treze tópicos.

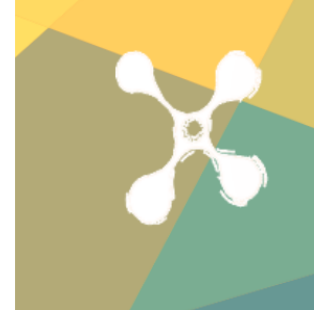
**Figura 2** - Resposta de menor a maior aderência aos temas no cenário Espontânea e Estimulada



Fonte: Elaborado pela autora (2021).

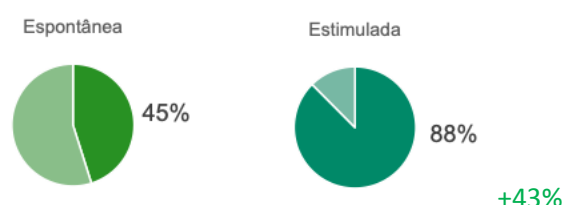
A ação mediada desempenha um papel crucial aqui, pois a mediação ajudou a transformar as percepções dos participantes, preenchendo as lacunas identificadas inicialmente. O conceito de julgamento perceptivo de Peirce (1976, citado em Santaella, 2008) também é relevante, pois mostra como a percepção é refinada e ampliada através da mediação.

Além disso, foi feita a comparação entre a média de índice espontâneo e estimulado, para identificar a diferença de percepção após mediação. Como é visto na Figura 3, o



resultado revelou uma mudança significativa média de 43%. Esse resultado quantifica o impacto geral da consultoria na amostra estudada, evidenciando a eficácia da mediação na transformação da percepção dos participantes. Este indicativo apresenta grau de interesse para ser comparado a estudos futuros para analisar a efetividade.

**Figure 3 - Média dos índices de intenção de sustentabilidade**

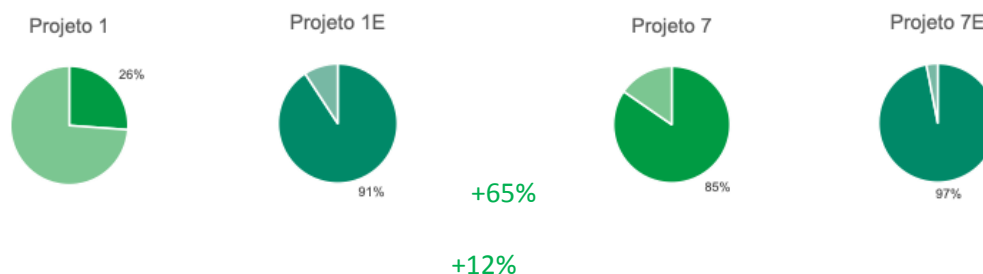


Fonte: Elaborado pela autora (2021).

A mudança nos índices pode ser interpretada através da lente da ação mediada, mostrando como as ferramentas culturais utilizadas na mediação (questionários e entrevistas) ajudaram a construir novos significados sobre sustentabilidade. Na interpretação dos dados a abdução permite gerar hipóteses sobre as mudanças observadas, enquanto a dedução e indução ajudam a testar e validar essas hipóteses. Além disso, a mudança foi facilitada pela ação mediada reconhecendo o conhecimento tácito dos produtores.

A Figura 4 mostra que mesmo projetos mais avançados se beneficiaram da mediação e indica que o processo foi efetivo para diferentes níveis de percepção inicial.

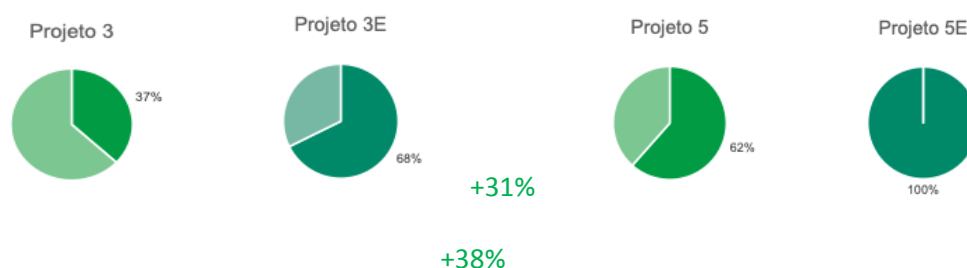
**Figura 4 - Índice mais baixo e mais alto na pesquisa Espontânea**



Fonte: Elaborado pela autora (2021).

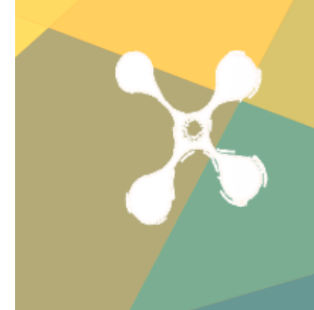
Também foi comparada na Figure 5 os indicativos para os índices antagônicos nas respostas após a mediação. A mudança do índice não parece estar relacionado ao patamar quantitativo de resultados nem das respostas espontâneas, nem das respostas estimuladas, não tendo uma correlação direta de crescimento identificada.

**Figura 5 - Índice mais baixo e mais alto na pesquisa Estimulada**



Fonte: Elaborado pela autora (2021).

Os conceitos de ação mediada e julgamento perceptivo são aplicáveis aqui, pois a mediação ajudou a elevar a percepção de sustentabilidade, independentemente do nível inicial de entendimento dos participantes. A ausência de correlação direta entre o patamar inicial e a mudança de índice pode ser explicada pela ação mediada, que atua de maneira



independente do ponto de partida, focando na transformação da percepção através da mediação.

Para relacionar mais diretamente os conceitos à mudança de percepção neste contexto específico foram feitas comparações por grande área de interesse, como é demonstrado na Figura 6 Índice por grande área na pesquisa espontânea e estimulada para saber qual teve o melhor crescimento e qual era o mais deficitário. Este gráfico fornece indicativos sobre lacunas de percepção a serem tratadas. Abre espaço para discussão específica dos temas deficitários. E possibilita direcionar um próximo passo do projeto para tratar com especialistas.

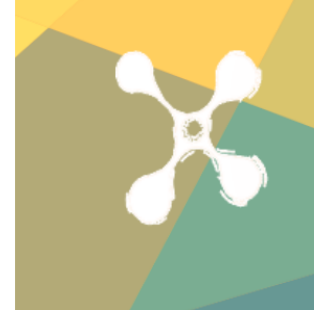
**Figura 6** - Índice por grande área na pesquisa espontânea e estimulada.



Fonte: Elaborado pela autora (2021).

Esta comparação identifica as áreas com melhor crescimento e as mais deficitárias, fornecendo perspectivas sobre lacunas de percepção a serem tratadas, direcionando quais especialistas são mais adequados para um trabalho aprofundado. O índice de intenção de sustentabilidade trabalha de maneira semelhante a uma pesquisa de clima organizacional. Assim como as pesquisas de clima organizacional avaliam a percepção dos funcionários sobre o ambiente de trabalho, o índice de intenção de sustentabilidade avalia a percepção dos produtores audiovisuais sobre práticas sustentáveis. A mediação e o aumento na intenção de sustentabilidade após a intervenção indicam uma mudança de comportamento

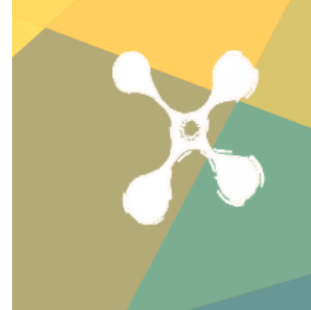




potencial, o que é um foco central das pesquisas de clima. Com base nos resultados do índice, ações corretivas podem ser implementadas para promover práticas sustentáveis. Áreas como o uso de energia e narrativa mostraram maior crescimento na percepção sustentável, enquanto outras áreas podem necessitar de esforços diferenciados.

Em busca de maior compreensão e conscientização, bem como da identificação de oportunidades, planejamento e implementação que estejam cientes do aprimoramento contínuo, determinou-se que, em resposta às expressões “eu não contemplei isso” ou “não é viável”, a pergunta deveria ser “Por quê?” Solicitar uma justificativa por trás da resposta a essa pergunta permite que os envolvidos na produção audiovisual se envolvam em uma introspecção com relação à importância da sustentabilidade e às razões pelas quais ela deve ser incorporada. Isso estimula o reconhecimento das preocupações ambientais e sociais associadas à produção. Para as respostas “Eu contemplei isso”, “Tenho conhecimento sobre a medição” e “está previsto”, a pergunta se tornou “Como?” Interrogar “como” induz uma análise das práticas existentes e da maneira pela qual elas podem ser aumentadas para se tornarem mais sustentáveis. Isso facilita a identificação de perspectivas específicas para a implementação de ações sustentáveis. E quando a resposta foi “Eu criei alguma ação”, a pergunta foi “Qual (mais)?” Questionar “qual” diz respeito ao desenvolvimento de um plano de ação concreto. Ele serve para verificar quais medidas sustentáveis podem ser integradas à produção, quais recursos são necessários e como essas medidas podem ser executadas com eficiência.

A mediação presume que nunca estamos isentos de conotações implícitas ou explícitas e não é de forma alguma trivial (Favero, 2005). Essas perguntas provocam o engajamento de toda a equipe de produção, gerando um senso de responsabilidade coletiva. À medida que os indivíduos envolvidos na produção abordam essas questões, eles se tornam mais investidos e dedicados à sustentabilidade. A abordagem das perguntas “por que”, “como” e



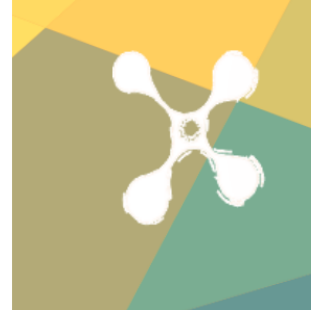
“qual” não é imutável. Ele incentiva a avaliação perpétua de práticas e a exploração constante de formas melhores e mais sustentáveis de executar a produção audiovisual.

A mediação envolve o exame, interpretação e intervenção dos símbolos presentes na comunicação humana. Lopes (2018) realiza uma análise de vários mapas metodológicos de mediação na obra de Jesús Martin-Barbero e apresenta que em seu segundo mapa, datado de 1998, a mediação deve ser compreendida como o processo estruturante que molda e remodela tanto a lógica da produção quanto a lógica dos usos. É necessária a contemplação do espaço de produção e do tempo de consumo, ambos conectados pelas práticas da vida cotidiana e pelas particularidades das ferramentas tecnológicas e discursivas da mídia.

#### **4. Conclusões**

Os resultados deste estudo indicam que intervenções mediadas podem catalisar mudanças na percepção sustentável entre profissionais do audiovisual. Examinamos o impacto da mediação por consultores especializados na percepção de práticas sustentáveis entre produtores audiovisuais durante o evento ECM+Lab 2021. A intervenção de mediação com produtores de 12 projetos de longa-metragem e séries de sete países latino-americanos revelou uma mudança significativa na percepção dos participantes, com um aumento médio de 43% na identificação de práticas sustentáveis após a mediação.

As ações de produção são, por si mesmas, uma mensagem, especialmente quando combinadas com seu modo de consumo. A criação de práticas sustentáveis deve ser considerada tão vital quanto as representações visuais e a composição semiótica do produto final. Nesse contexto, a mediação envolve a compreensão da semântica e da pragmática do termo "sustentabilidade" na produção audiovisual latino-americana. A



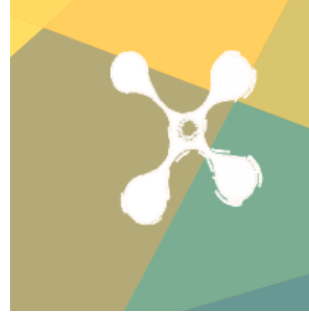
metodologia pode ser entendida como uma “ação mediada”, na qual a mudança no índice de percepção é um resultado direto. A escalada no índice reflete o reconhecimento do conhecimento tácito dos produtores e instiga uma mudança na percepção e no planejamento de práticas sustentáveis.

O resultado sugere que práticas de consultoria podem ser incorporadas de forma sistemática nas etapas iniciais de projetos audiovisuais, promovendo uma consciência sustentável que transcende o produto final. A mediação permite que os produtores audiovisuais compreendam que práticas sustentáveis não são apenas uma mensagem do produto final, mas também uma parte integral da produção e suas ações. É importante dizer em outros termos: **a percepção por mediação é um princípio educativo do processo de apropriação e aplicação dos sentidos da sustentabilidade em projetos de filmes e séries.**

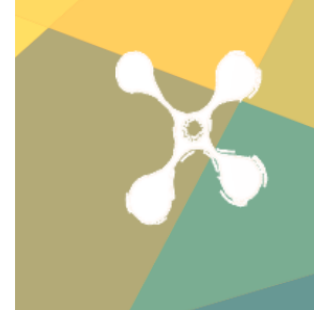
Teoricamente, este estudo reforça a aplicabilidade do conceito de *Triple Bottom Line* (TBL) no setor audiovisual, mostrando como a intersecção de prosperidade econômica, justiça social e integridade ambiental pode ser alcançada através de mediações especializadas. Na prática, os resultados sugerem que a formação de consultores em práticas sustentáveis e a incorporação de sessões de mediação podem melhorar significativamente a sustentabilidade nos projetos audiovisuais.

Quanto as implicações gerenciais este estudo sugere que a formação de equipes em sustentabilidade, a contratação de consultores especializados e a integração de práticas sustentáveis desde as fases iniciais de produção podem contribuir para um setor mais responsável e alinhado com as diretrizes globais de sustentabilidade.

Pontos de limitações da pesquisa são uma amostra relativamente pequena, o que pode não representar a totalidade do setor audiovisual global. Além disso, a pesquisa focou em intervenções de curto prazo. Estudos futuros poderiam ampliar a amostra, incluir uma maior



diversidade de contextos culturais e sociais, e investigar os impactos de intervenções de longo prazo. Também seria benéfico explorar como diferentes tipos de mediação podem influenciar a implementação de práticas sustentáveis em várias etapas da produção audiovisual. Pode ser interessante investigar quais fatores são mais relevantes para essa mudança de percepção dos produtores em relação à sustentabilidade.



### Referências

Agência Nacional do Cinema. (2022). *Observatório Brasileiro do Cinema e do Audiovisual* – OCA. Mercado Audiovisual Brasileiro. <https://www.gov.br/ancine/pt-br/oca/mercado-audiovisual-brasileiro>.

Blas Blas, J. (2022). Sellos y códigos de buenas prácticas sostenibles en la industria audiovisual: un acercamiento al estado de la cuestión. *HUMAN REVIEW. International Humanities Review / Revista Internacional De Humanidades*, 11, 1–11. <https://doi.org/10.37467/revhuman.v11.4134>.

Boff, L. (2013). *Sustentabilidade: O que é - O que não é*. Petrópolis: Vozes.

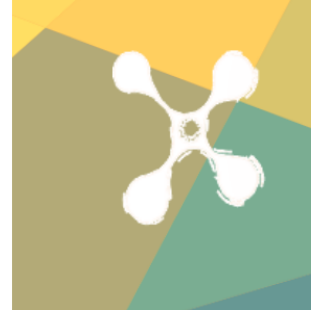
Elkington, J. (2018, junho 25) 25 years ago I coined the phrase “triple bottom line.” Here’s why it’s time to rethink it. *Harvard Business Review*. <https://hbr.org/2018/06/25-years-ago-i-coined-the-phrase-triple-bottom-line-heres-why-im-giving-up-on-it>.

Elkington, J. (1997). *Cannibals with Forks: the Triple Bottom Line of 21st Century Business*. Oxford: Capstone.

Favero, M. H. (2005). *Desenvolvimento Psicológico, Mediação Semiótica e Representações Sociais: Por uma Articulação Teórica e Metodológica*. Psicologia: Teoria e Pesquisa, Brasília, 21 (1), 17-25. <https://doi.org/10.1590/S0102-37722005000100004>

Laycock, R. (2021). *Most popular streaming services: Over half the population has at least 1 streaming service*. Finder. <https://www.finder.com/ca/most-popular-streaming-services>.

Lopes, M. I. V. de (2018). *Jesús Martín-Barbero e os Mapas Essenciais para Compreender a Comunicação*. Intexto, 43, 14-23. <https://doi.org/10.19132/1807-8583201843.14-23>.



Manevy, A.; Lins, H.; Castela, E. & Mariga, C. (2021). *Retratos do audiovisual catarinense: economia e políticas públicas*. Florianópolis: Fundação Catarinense de Cultura.

Martín-Barbero, J. (2008). *Dos Meios às Mediações: Comunicação, Cultura e Hegemonia*. Rio de Janeiro: UFRJ.

Meadows, D. (1998). *Indicators and Information Systems for Sustainable Development*. Hartland/VT: Sustainability Institute.  
<https://donellameadows.org/archives/indicators-and-information-systems-for-sustainable-development/>.

Organização das Nações Unidas [ONU] (1991). *Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento*. Nosso Futuro Comum. Rio de Janeiro: FGV.

Panvision. (2023). *Associação Cultural Panvision*. Ecovision. [www.panvision.com.br](http://www.panvision.com.br).

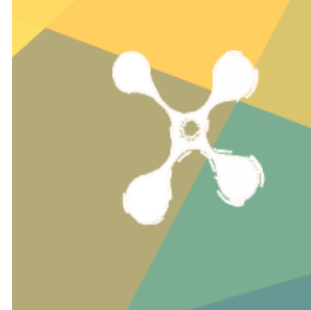
Pavanati, L. et al. (2010) *Representação, Realidade e Conhecimento na Mídia Digital-Eletrônica*. Universidade Federal de Santa Catarina [UFSC].  
<https://periodicos.ufsc.br/index.php/textodigital/article/view/18079288.2010v6n2p2>.

Santaella, L. (2008). Epistemologia Semiótica. *Revista da Filosofia Cognitio, São Paulo*, v. 9(1), 93-110.  
<https://revistas.pucsp.br/index.php/cognitiofilosofia/article/view/13531/10042>.

Stiles, P. (2023). *Habilidades para uma Transição Verde*. Curso Cambridge Judge Business School.

Veiga, J. E. da (2022, agosto 26). Conceitos e Valores. *Valor Econômico*.  
<https://valor.globo.com/opiniaocoluna/conceitos-e-valores.ghtml>.

Wertsch, J. V. (1993) *Voices of the Mind: A Sociocultural Approach to Mediated Action*. Massachusetts: Harvard University Press.



### Outras Referências

Bafta. (s.d.). Apoio à indústria de cinema e televisão por meio de *Albert*: líder em sustentabilidade para o setor. *Bafta*. <https://www.bafta.org/about/sustainability>.

Ecoprod. (s.d.). Principal iniciativa de produção cinematográfica sustentável na França. <https://www.ecoprod.com/en/>.

Film Commission Da Eslováquia. (s.d.). Green Screen Action Plan: Parte das práticas sustentáveis na indústria cinematográfica eslovaca. [https://projects2014-2020.interregeurope.eu/fileadmin/user\\_upload/tx\\_tevprojects/library/file\\_1594646848.pdf](https://projects2014-2020.interregeurope.eu/fileadmin/user_upload/tx_tevprojects/library/file_1594646848.pdf).

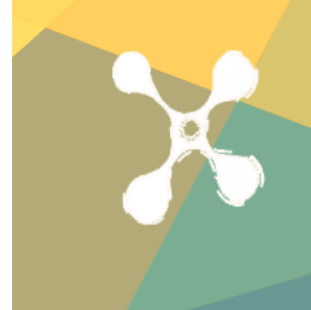
Green Film no Trentino. (s.d.). Certificado focado em produções cinematográficas sustentáveis na região de Trentino. <https://www.green.film/>.

Green Film Shooting na Alemanha. (2018). Plataforma para sustentabilidade na indústria cinematográfica. <https://greenfilmshooting.net/blog/en/2018/02/28/the-green-declaration/>.

Green Filming na Áustria (s.d.). O Instituto de Cinema Austríaco e o Green Producing. <https://filminstitut.at/foerderung/green-filming>.

Green Production Guide (GPG). (s.d.). Ferramenta online para reduzir a pegada de carbono e o impacto ambiental da indústria de cinema e televisão. [https://greenproductionguide.com/wp-content/uploads/2017/04/GPG\\_Welcome-Letter\\_v1-1.pdf](https://greenproductionguide.com/wp-content/uploads/2017/04/GPG_Welcome-Letter_v1-1.pdf).

Green Shooting MFG na Alemanha (s.d.). Calculadora de pegada de carbono relacionada à produção cinematográfica alemã. <https://greenshooting.mfg.de/>.



Interreg Europe (s.d.). "Green Screen Action Plan - Film London, 2020-2021".

[https://projects2014-2020.interregeurope.eu/fileadmin/user\\_upload/tx\\_tevprojects/library/file\\_1592227848.pdf](https://projects2014-2020.interregeurope.eu/fileadmin/user_upload/tx_tevprojects/library/file_1592227848.pdf).

Promalaga Green Screen na Espanha (s.d.) Programa da municipalidade de Málaga que promove a sustentabilidade no audiovisual.

<https://www.promalaga.es/proyectos-europeos/green-screen/>.

### **Agradecimentos**

O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – Brasil (CAPES) – Código de Financiamento 001.