

MUDANÇA SOCIAL COM STORYTELLING: ANÁLISE DE UMA CAMPANHA

SOCIAL CHANGE WITH STORYTELLING: ANALYSIS OF A BUSINESS CAMPAING

Geovana Ezequieli de França^a

Valério Brusamolin^b

RESUMO

Objetivo: descrever e analisar a aplicação da ferramenta *Storytelling* quando utilizada por uma organização para a promoção da Educação Ambiental não formal, instigando a mudança social. **Metodologia:** foi utilizada a técnica de observação, a qual permitiu, através dos dados coletados, a elaboração da Análise de Discurso dos oito vídeos da campanha. A Teoria Ator-rede foi empregada para mapear os atores humanos e não humanos existentes e revelar as suas conexões. **Resultados:** percebe-se que a intensão da organização é de promover a educação ambiental de maneira não formal e compartilhar entre a população de Paranaguá ações e novos hábitos que podem ser adotados para a preservação do meio ambiente e a manutenção de uma cidade limpa. Para alcançar essa proposta, a empresa usou a ferramenta *Storytelling* para compartilhar esse conhecimento e promovê-lo entre o seu público. **Conclusões:** Apesar de alguns materiais analisados apresentarem o conhecimento implicitamente, ainda assim é possível identificar que há o interesse e o estímulo do desenvolvimento boas práticas ambientais.

Descritores: Storytelling. Educação Ambiental. Teoria Ator-rede. Análise de Discurso.

1 INTRODUÇÃO

Storytelling é a prática de contar histórias utilizada nas organizações de diversas maneiras: para propagar sua marca, cultura, missão e outras informações que sejam relevantes. (VITORINO, 2015, p. 58). Além disso, também serve como um apoio para o estímulo da cooperação e da integração de conhecimento entre os colaboradores; por esse motivo é muito utilizada na

^a Mestre em Ciência, Tecnologia e Sociedade pelo Instituto Federal do Paraná (IFPR). Coordenadora do Curso Técnico em Administração do C.E. Sertãozinho. E Técnica de Formação Profissional do Serviço Nacional de Aprendizagem do Transporte – SENAT. E-mail: geovana.ezequieli@hotmail.com

^b Doutor em Ciências da Informação pela Universidade de Brasília (UnB). Professor do Instituto Federal do Paraná (IFPR). E-mail: valerio.brusamolin@ifpr.edu.br

área de Gestão do Conhecimento (TERRA *et al.*, 2012, p. 112). Esse instrumento pode até ir além dos muros organizacionais para transmitir saberes, introduzir conceitos, explicar fatos, emocionar e instigar as pessoas.

Contar histórias e ouvi-las é um modo de socialização; trocar experiências, passar conhecimentos para as gerações futuras e contar sobre seu cotidiano, faz parte da essência humana (GONÇALVES, SANTOS, 2016, p. 455). Histórias podem promover a disseminação de conhecimento quando os assuntos são transmitidos por meio de fábulas, contos de fadas ou situações narradas. Narrativas podem reter mais a atenção dos ouvintes, do que discursos mais formais.

Por conta de toda essa interação que a contação de histórias pode proporcionar, e ainda, por considerar a ferramenta *Storytelling* bem-sucedida em sua missão de ensinar e promover algo, este estudo tem como problema de pesquisa o seguinte questionamento: como uma organização utiliza *Storytelling* como instrumento para favorecer a mudança comportamental de uma comunidade?

Ciente do que é *Storytelling* e observando como essa prática tem apresentado resultados satisfatórios em diversas aplicações, uma empresa que realiza a coleta de resíduos sólidos na cidade de Paranaguá - PR tem buscado promover a Educação Ambiental por meio de vídeos que são divulgados nas redes sociais da organização. Por meio de campanhas, a empresa busca conscientizar os moradores do município sobre a importância de ações que possam promover o meio ambiente e o bem-estar de todos.

Para responder ao problema desta pesquisa, estabeleceu-se como objetivo geral descrever e analisar o uso da ferramenta *Storytelling* em uma organização para a promoção da Educação Ambiental não formal, instigando a mudança social.

A fim de alcançar o que foi proposto, foram estabelecidos os seguintes objetivos específicos: a) Descrever a utilização do *Storytelling* como uma ferramenta de gestão e de promoção de boas práticas ambientais; b) Descrever como foram construídas as narrativas de uma campanha; c) Relatar as histórias publicadas pela organização identificando os aspectos de mudança social

abordadas nas narrativas; d) Analisar as histórias utilizando-se da Análise do Discurso, desvelando assim, os conteúdos de Educação Ambiental e as intenções de mudança social abordadas;

Com o propósito de melhor atender a esses objetivos, a parte descritiva da metodologia utilizada por essa pesquisa se baseia nos trabalhos realizados por Bruno Latour (2011) e Michel Callon (1984), que reúne atores humanos e não humanos em uma rede com conexões instituídas pelos próprios atores que reagem e se modificam durante esse processo, a partir da Teoria Ator-rede. Como recomendações da própria teoria para a coleta de materiais analisados, foi utilizada a técnica de observação assistemática. Para a examinar as histórias, optou-se pela Análise de Discurso Textualmente Orientada de Norman Fairclough (2001), que consiste em compreender os discursos e suas influências na mudança social, sendo utilizada para detalhar texto no campo das práticas sociais.

O apoio que *Storytelling* pode proporcionar em disseminar o conhecimento referente a Educação Ambiental pode ajudar na conscientização das pessoas que não se encontram mais em sala de aulas, bem como em ações de outras empresas e instituições interessadas em garantir o bem-estar para a população e meio ambiente. As narrativas podem incentivar a preservação, e ações que incentivem a reciclagem. Os resultados podem ser ainda maiores e mais amplos que os decorrentes de ações feitas apenas em ambiente de educação formal.

2 STORYTELLING

A origem da palavra *Storytelling*, é inglesa, está relacionada a junção de 'story', cujo significado é história, e a palavra 'telling', que seria o ato de contar ou narrar, o que remete ao significado da habilidade de contar histórias. A aptidão do ser humano em contar histórias existe antes mesmo da escrita, por esse motivo, não há uma data exata da criação do *Storytelling*, uma vez que essa prática tem milhares de anos (FRANZONI, 2019, p. 76).

Contar histórias é algo natural, principalmente para líderes, contudo, as áreas de estudos dentro de gestão não teriam dado tanta atenção para o

Storytelling, mas isso vem mudando e recebendo maior atenção por estudiosos gestores. Dentro das organizações, e, principalmente, na Gestão do Conhecimento, há um desapontamento em relação ao conhecimento e a transferência de informação dentro de grandes projetos, o que tornam as histórias indispensáveis nas trocas de conhecimentos complexos, nos contextos que se encontram e valores culturais da organização (TERRA *et al.*, 2012, p. 112).

As narrativas, ou *Storytelling*, podem ser definidas como relatos que podem ser escritos ou orais e de um ou mais fatos, que podem ser reais ou fantasiosos. A distinção entre uma narrativa e uma simples citação está relacionada ao acréscimo da emoção e de detalhes em sua composição (BRUSAMOLIN, SUAIDEN, 2014, p. 29).

Segundo Santos e D'Almeida (2017, p. 296), narrativas são uma maneira de comunicação que as empresas, simbolicamente, representam o sentido na execução das atividades organizacionais. Para as autoras, as narrativas podem ser todos os produtos textuais elaborados por uma organização, tais como documentos, relatórios, e relatos discursivos. Todos esses produtos possuem uma estrutura de abrangência, de concordância e explicação.

Conforme Baptista (2017, p. 590), *Storytelling* se assume como uma ferramenta de comunicação para a organização, tanto para seu público interno, como externo, onde diversos objetivos podem ser alcançados e facilmente conquistam o público para seus produtos. Além disso, é um auxiliador na comunicação entre o líder e seus colaboradores, permitindo a criação de uma memória organizacional.

Conforme Strauhs *et al.* (2012, p. 108), as narrativas servem como um estímulo para a colaboração, compartilhamento de informações, experiências organizacionais e, como principal, o compartilhamento de conhecimento. De modo geral, essa prática está focada no conhecimento tácito dos colaboradores.

As narrativas organizacionais devem estar relacionadas às memórias organizacional, que tem a atribuição de representar a cultura e os valores da empresa (STRAUS *et al.*, 2012, p. 108). “O valor de uma história reside na sua capacidade de transmitir ideias simples ou complexas e com múltiplas camadas,

de uma forma simples e memorável, para públicos culturalmente diversos” (FRANZONI, 2019, p. 81 – 82).

Para Mcsill (2013, p. 35), *Storytelling* é utilizado no meio organizacional para emocionar, para transmitir a sensação de transformação. O *Storytelling* organizacional deve possuir um propósito definido (MCSILL, 2013, p. 95). De acordo com Terra *et al.* (2012, p. 112), além de transmitir conhecimentos específicos, as narrativas são capazes de transferir valores, de suscitar atitudes, compromissos e contribuem na construção de uma visão de futuro.

Storytelling se assume como uma ferramenta de comunicação organizacional que alcança vários objetivos, ajuda a conquistar o público alvo, é um facilitador na comunicação interna e externa da organização e serve como um facilitador de comunicação entre líderes e os colaboradores (BAPTISTA, 2017, p. 590).

De acordo com Brusamolin e Suaiden (2014, p. 133), as narrativas são ferramentas de aprendizagem organizacional úteis no processo de inovação e de mudança. Para esses autores, as histórias têm a habilidade de mudar pessoas e empresas, pois elas servem como um instrumento de informação que desperta a atenção. Para Mcsill (2013, p. 146), dentro das organizações *Storytelling* é muito utilizado como uma técnica que auxilia no gerenciamento de mudanças.

Conforme Santos e D’Almeida (2017, p. 297), as narrativas podem ser classificadas de duas maneiras: narrativas da casa – são formuladas pela organização baseando-se na sua identidade organizacional, o público interno é o alvo; e as narrativas de engajamento – que são voltadas à sociedade e aos valores universais.

Os autores Brusamolin e Suaiden (2014, p. 125), alertam que o uso de narrativas deve ser avaliado conforme o contexto. Não se trata de apenas contar histórias sem um propósito, é necessário conduzir as narrações para que elas possam produzir os efeitos desejados nos cenários nos quais estão sendo apresentadas. Elas devem ser adaptadas e modificadas a fim de se adaptarem à organização.

2.1 STORYTELLING COMO SUPORTE PARA BUSCA DA MUDANÇA SOCIAL

Por muito tempo utilizou-se das narrativas para a transmissão de valores, costumes, cultura e conhecimento, os ancestrais foram contadores de histórias, o ato de contar histórias faz parte de uma cultura oral. Após a descoberta da escrita, o conhecimento oral passou a ser registrado, mais adiante, com o avanço tecnológico, principalmente em relação as redes sociais, percebe-se que a narrativa vem ganhando uma nova atribuição onde se constroem conceitos e empresas passam a cativar seus novos consumidores, por meio das narrativas (BAPTISTA, 2017, p. 588).

Para a sociedade antiga, a fala possuía uma grande representatividade, por esse motivo se considerava a excelência oral. Outro fator importante para a sociedade naquele tempo está relacionado à sua vivência na religião e nos mitos que eram utilizados para guiar a vida de todos os indivíduos que eram influenciados através das gerações, que recebiam esses saberes das famílias, dos mais velhos e que fixavam essas ideias de modo coletivo (PACHECO, 2016, p. 18).

Um fator importante na atualidade sobre as narrativas é o modo como as pessoas passaram a receber essas histórias, o impacto social e o acesso a elas vieram se modificando conforme as novas tecnologias foram surgindo. De acordo com Pacheco (2016, p. 21), as mudanças da tecnologia e da ciência têm construído novos traços na história da humanidade. Por esse motivo, a humanidade possui uma visão realista e passa a olhar os mitos como ficção.

A sociedade como um todo passou por diversas mudanças ao longo do tempo, as crises, as guerras, os avanços da ciência e da tecnologia, a globalização, entre outros fatores, tem exercido influência nessas modificações. Conforme Bazzo, von Linsingen e Pereira (2003, p. 103), os mecanismos responsáveis pela mudança social são as ideias – que tem uma grande representatividade histórica, os ídolos – pessoas com grande importância que agem como agentes de mudança, pôr fim os movimentos sociais – as revoluções.

Para Lagos (1995, p. 128 – 129), existem três tipos de mudanças sociais:

1) mudança por causa das condições ambientais – vulcões, tempestades, entre outras catástrofes naturais; 2) mudanças de funções orgânicas – epidemias; 3) descobertas e invenções.

Considerando os principais apontamentos de Bazzo, von Linsingen e Pereira (2003) e por Lagos (1995), podemos considerar que as narrativas podem sim exercer influência na mudança social. Contudo, essas ações não seriam únicas para a mudança, pode ser que outros fatores interferiram para a mudança.

Existem outros fatores que chamam a atenção, como o envolvimento da tecnologia na transmissão das narrativas: aquilo que era passado de geração em geração por meio da fala, passa a ser transmitida via rede social, por vídeos, por palavras descritas em histórias que ficam disponíveis mediante um clique. As diferenças entre como os mitos eram transmitidos, para como eles são hoje podem interferir justamente naquilo que Rocha (2012, p. 10) ressalta sobre os mitos, a socialização.

A tecnologia também modificou o modo de interagir das pessoas. A comunicação, a maneira das pessoas se expressarem, o acesso às informações, entre outras coisas. Diante dessa transformação, um termo tem sido empregado para as narrativas que são utilizadas em mais de um meio de comunicação para serem contadas. Onde há convergência dos meios de comunicação, cultura participativa e há Inteligência coletiva, essa é a definição para as narrativas: *transmídia* (FIGUEIREDO, 2016, p. 47).

Ainda conforme Figueiredo (2016, p. 48), essa nova maneira de identificar histórias e de transmiti-las está envolvida com o meio que a sociedade se comunica. Seja por meio de textos, por meio de vídeos, de filmes, de contos, de programas de TV, de jogos, dos mais diversos meios de comunicação que hoje utilizamos, as narrativas estão presentes, sejam elas para contar um fato real, seja para apresentar algo que agrade o público para qual ela foi produzida.

O mito era utilizado na antiguidade para promover valores éticos e morais, principalmente as crianças, onde as fábulas inventadas que eram contadas a elas tinham a intenção de ensinar um ponto de vista sobre a crença e a racionalidade (VERNANT, 2002, p. 205-206). Na atualidade, a narrativa também

tem esse sentido, ela é usada para a fixação e a propagação de uma ideia que alguém quer direcionar à sociedade.

Para Aranha (2015, p. 368), a sociedade atual está envolvida em processo de mudança e de colapsos ágeis, que atravessam as fronteiras que por vezes deixam a percepção confusa e isso acontece para as mais diversas coisas existentes, onde as novas tecnologias e as narrativas estão envolvidas por críticas.

As necessidades da sociedade atual são afloradas diante da nova ecologia midiática, onde se valorizam as relações sociais. A interação que a tecnologia proporciona faz com que o indivíduo pertença ao processo. Desta forma, práticas mais recentes de comunicação vão surgindo e isso se reflete nas mais diversas relações interpessoais existentes, sejam elas afetivas, midiáticas ou mercadológicas (GONÇALVES; SANTOS, 2016, p. 454).

O emprego da narrativa na atualidade também é algo que precisou acompanhar as modificações pelas quais a sociedade passou. Conforme Bazzo, von Linsingen e Pereira (2003, p. 111), atualmente a sociedade é globalizada, e as novas tecnologias de comunicação contribuem para a queda das fronteiras geográficas ou políticas; é uma sociedade que vive em estado de mudança constante.

3 METODOLOGIA

Os procedimentos metodológicos que esta pesquisa utilizou para alcançar seus objetivos foram: para a descrição da rede e dos atores foi utilizada a Teoria Ator-Rede de Bruno Latour, Michel Callon e John Law, ao seguir os atores foi possível uma melhor compreensão e análise da rede. Também foi utilizada a Análise de Discurso Textualmente Orientada (ADTO) de Norman Fairclough (1992), com a qual os discursos foram analisados considerando a abordagem que eles utilizam para contribuir com a mudança social e cultural.

O objeto de pesquisa é o emprego de narrativas com o propósito de obter mudanças no comportamento ambiental. O local em que foi realizada a pesquisa é a empresa Pavi Ambiental, que atua a quase 20 anos prestando serviços de limpeza pública urbana como coleta, transporte e o tratamento dos resíduos em

idades. Este estudo pretende analisar apenas o Storytelling elaborado para o projeto Agente Municipal Ambiental (AMA) que a empresa desenvolveu na cidade de Paranaguá. A campanha tem a intenção de educar e conscientizar a todos, por meio do compartilhamento de informações e conhecimentos em vídeos curtos.

Os vídeos que foram analisados possuem sua transcrição integral das falas e de suas respectivas cenas. Para isso, foi utilizada uma técnica de descrição que identifica as falas dos participantes, assim como as peculiaridades que envolvem o tom de voz, a velocidade da fala, a interação entre os atores no vídeo, os gestos, as pausas e a postura ao narrar suas histórias.

Para a transcrição das narrativas e dos seus elementos foi utilizada a convenção Jefferson de transcrição que consiste em “conjunto estável de convenções detalhadas, evidenciando o caráter sequencial dialógico dos encontros transcritos” (GARCEZ, BULLA, LODER, 2014, p. 271). As transcrições seguem um modelo, descrito no Quadro 1, a seguir, que facilita a compreensão dos elementos que compõem a narrativa.

Quadro 1 – Convenções Jefferson de transcrição

Símbolo	Descrição	Significado
.	(ponto final)	entonação descendente
?	(ponto de interrogação)	entonação ascendente
,	(virgula)	entonação de continuidade
↑	(seta para cima)	mais agudo
↓	(seta para baixo)	mais grave
palav-	(hífen)	marca de corte abrupto
pala::vra	(dois pontos)	prolongamento do som (maior duração)
palavra	(sublinhado)	silaba ou palavra enfatizada
PALAVRA	(maiúsculas)	intensidade maior (“volume” alto)
°palavra°	(sinais de graus)	intensidade menor (“volume” baixo)
>palavra<	(sinais de maior do que e menor do que)	Fala acelerada
<palavra>	(sinais de menor do que e maior do que)	Fala desacelerada
hh	(serie de h's)	aspiração ou riso
.h	(h's precedidos de ponto)	inspiração audível
=	(sinais de igual)	elocuições contiguas, sem intervalo
[]	(colchetes)	início e fim de falas simultâneas / sobrepostas
(2,4)	(números entre parênteses)	medida de silencio (em segundos e décimos de segundos)
(.)	(ponto entre parênteses)	micro pausa de até 2/10 de segundo
()	(parênteses vazios)	fala que não pode ser transcrita
(palavra)	(segmento de fala entre	transcrição duvidosa

	parênteses)	
((olha para baixo))	(parênteses duplos)	descrição de atividade não-vocal

Fonte: GARCEZ; BULLA; LODER (2014 p. 272).

A Teoria Ator-Rede, um dos procedimentos de análise desta pesquisa. Apesar de ter como nome 'Teoria', a TAR pode também servir como uma base metodológica. Conforme Tonelli (2015, p. 379), existem pontos importantes para compreender como a TAR atua metodologicamente: a) crítica ao dualismo e a “construção social da realidade”; b) a atribuição do conceito da simetria generalizada; c) o conceito de “translação” (*translation* = tradução); d) a disseminação do significado de atuante. A TAR rompe com o dualismo, não há mais dois lados distintos, mas existe o sujeito-objeto, o humano é também parte integrante do processo podendo promover as ações (BRAGA; SUAREZ, 2018, p. 219).

Em seu livro, Latour (2012, p. 207) faz uma analogia com um lápis ou pincel e como a TAR é, não se trata do desenho, mas sim algo que constrói o desenho da rede. Para o mapeamento da rede a ser estudada, serão utilizados os princípios da tradução abordados por Callon (1984) e os pontos que Latour (2011) destaca como importantes dentro do mapeamento das redes para a identificação dos atores. Conforme Latour (2011, p. 29), a regra mais importante e simples da metodologia da TAR é não fazer análises finais, é entrar na caixa-preta e não a observar enquanto estiver fechada.

Em seu estudo com as vieiras, St. Briec Bay, Callon (1984, p. 6 - 12) institui quatro fases do processo chamado tradução ou translação, sendo elas: a) problematização, que indica quais são os movimentos e as manobras que podem ser aceitos e as parcerias que podem ser ilegítimas; b) interesse é o grupo cujas ações tendem a estabilizar a identidade dos outros agentes por meio da problematização, ela é fundamentada na interpretação dos atores e como eles se associam as outras entidades; c) inscrição não resulta na exclusão dos papéis que foram previamente estabelecidos, é a descrição dos grupos multilaterais atribuída a atores que os aceitam; d) mobilização é o deslocamento dos atores e dos seus porta-vozes. Todos os atores se deslocam nas redes em um determinado lugar e em algum momento, isso ocorre em uma série de deslocamentos.

Para contribuir com a pesquisa, além da utilização da TAR, o outro método usado foi a Análise de discurso e como as reflexões sobre a mudança social podem ser identificadas dentro das narrativas que são o objeto de estudo. Para compreender como a mudança pode ser estabelecida e promovida através de *Storytelling* que a empresa usa, essa pesquisa utilizou da Análise de Discurso Textualmente Orientada de Norman Fairclough (2001).

No livro *Discurso e mudança social*, Fairclough (2001) discorre sobre um novo método e de uma nova abordagem que possibilite a investigação das mudanças sociais. Para isso, o autor apresenta a ADTO, que é pautada em quatro condições.

A primeira condição se trata do método multidimensional, que possibilita a avaliação das relações entre a mudança social e discursiva. Essas relações podem ser associadas às propriedades dos eventos e dos discursos que são produzidos como domínio na prática social. Sua segunda condição se refere ao método de análise multifuncional, são as práticas discursivas que são capazes de alterar o conhecimento, as identidades e as relações da sociedade (FAIRCLOUGH, 2001, p. 27).

Como terceira condição, tem-se o método de análise histórica, com foco na construção e formulação dos textos, com pensamento a longo prazo. As articulações entre os textos e as práticas sociais são importantes para essa análise. Por fim, a quarta condição, que trata do método crítico, consiste em revelar as causas ocultas e suas conexões, assim como as intervenções que são sofridas (FAIRCLOUGH, 2001, p. 27 – 28).

Segundo Fairclough (2001, p. 28), ressalta-se a importância de não construir a mudança discursiva como uma imagem unilinear, onde as decisões ocorrem de cima para baixo, pois as pessoas podem ser resistentes a mudanças, mas também podem se apropriar delas, ou ainda passam a segui-las espontaneamente. Na prática da análise de discurso não existem elementos fixos, as abordagens podem ocorrer de maneiras diferentes que podem variar conforme o objeto da análise e dos pontos de vista em relação ao discurso. (FAIRCLOUGH, 2001, p. 275),

Os elementos que foram avaliados e identificados em cada *Storytelling* e

seus componentes particulares são descritos a seguir no Quadro 2.

Quadro 2 – Elementos que foram identificados nas narrativas

Item analisado	Descrição do foi Analisado
Narrativas / Link	Corresponde ao nome que a empresa utiliza para identificação da narrativa. E endereço eletrônico de acesso a narrativa.
Data da Publicação	Para compreender os aspectos temporais que possam surgir nos vídeos. Essa informação pode ser útil no entendimento da narrativa.
Texto	Descrição integral das falas dos atores, detalhando aspectos importantes das cenas observadas.
Atores	Apontar todos os atores humanos e não humanos presentes em cada uma das narrativas.
Simetria	Identificar todos os aspectos sociais e técnicos existente na narrativa e utilizar as problemáticas que forem identificadas da mesma maneira para todos os atores que compõem a rede. Não serão estabelecidos privilégios para os elementos que serão analisados.
Tradução	Problematização: será identificado nas narrativas o que é preciso ser resolvido e quais são atores que são fundamentais para essa solução.
	Interesse: será observado a associação que os atores têm entre si e com o problema que já foi identificado anteriormente.
	Inscrição: consiste em reconhecer os grupos multilaterais e os papéis que os atores aceitam dentro da rede.
	Mobilização: será verificado os atores e seus porta-vozes, além das suas modificações e deslocamentos dentro da rede.
Promoção da Mudança social	Reconhecer dentro dos discursos apresentados e das ações que foram adotadas quais foram as mudanças aceita pelos atores, bem como a aplicação para outras pessoas.
Educação Ambiental	Serão compreendidos os aspectos da Educação formal e informal dentro das narrativas que sejam consoantes com a legislação vigente no país.
Conhecimento Compartilhado	Analisar os aspectos que correspondem a como aquilo que é compartilhado pode ser suas origens de conhecimentos empíricos ou não e como eles possam estar associados a rede.

Fonte: Elaborado pelos autores.

A utilização dessas metodologias auxiliou no entendimento das relações existentes dentro da rede, além de ajudarem na compreensão de como as mudanças podem ocorrer com as conexões e também com os atores.

4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

A seguir são apresentados os resultados e as análises que essa pesquisa conseguiu obter através da aplicação da metodologia anteriormente apresentada.

Quadro 3 – Ficha De Análise: Quem Ama Cuida Michele

N^o	Item Analisado	Análise
1	Narrativa / Link	Quem AMA Cuida – Michele https://www.facebook.com/445347576026993/videos/2180530788860194/
2	Data da Publicação	18/07/2019
3	Texto	((Música de fundo)) ((Quem AMA cuida Paranaguá)) 1 Michele: = Meu nome é Michelle Dias? = 2 Michele: = Tô aqui para dar uma dica bem bacana para você ((Como descartar o óleo de cozinha corretamente)) o que cê pode fazê com o teu óleo em casa pá descartar ele= (sic) ((Michele aparece olhando para a câmera com um funil e a garrafa PET em mãos)) ((Música de fundo)) ((Utilize uma garrafa PET para descartar o óleo)) ((Utilize um funil para colocar o óleo na garrafa)) ((Feche bem e leve ao posto de coleta)) 3 Michele: =, Ajuda o meio ambiente °e° preserva a cidade onde você mora= ((Michele aparece novamente olhando para a câmera)) ((Música de fundo))
4	Atores	Michelle Dias – Humana Óleo – não humano Garrafa PET – não humano Meio Ambiente – não humano Cidade – não humano Conhecimento – não humano
5	Simetria	Dentro dessa narrativa em questão, é possível identificar diversos aspectos sociais e técnicos existentes, sendo eles: a) a preservação do meio ambiente; b) a maneira correta de descarte de um produto

		<p>feito pelo homem na natureza; c) a importância do meio ambiente e da cidade limpa; a apresentação de uma técnica simples e prática para ajudar a conscientizar outras pessoas; d) o conhecimento sobre Educação Ambiental de maneira informal, deixando o narrador mais espontâneo em suas falas; a pessoa que passa as informações usa-se de linguagem informal para se comunicar, não existem formalidades ou sinais de textos científicos como argumento, dessa forma, se torna mais simples convencer quem está assistindo ao vídeo.</p> <p>A problemática do descarte do óleo é solucionada mediante uma técnica correta, que é acessível e pode ser replicada por outras pessoas visando a solução do problema e de colaborar com a preservação ambiental.</p>
6	Tradução	<p>Problematização: A narrativa apresenta como problema o descarte correto do óleo utilizado pelas pessoas após o seu consumo, considerando a conscientização com a preservação ambiental por aqueles que estão assistindo ao vídeo.</p> <p>Interesse: Observa-se a relação entre a Michele (ator humano), com o descarte correto do óleo visando a preservação do meio ambiente e da cidade que ela mora. Além de disso, percebe-se a intensão que a narradora tem em compartilhar o conhecimento que ela possui com outras pessoas que podem adotar novos hábitos que possam ajudar na preservação ambiental, provocando uma mudança social a partir desse conhecimento recém adquirido.</p> <p>Inscrição: A ideia inicial do vídeo é de transmitir um novo conhecimento que pode ajudar outras pessoas no descarte correto do óleo. Os principais atores envolvidos são:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Michele – que passa o seu conhecimento; b) Conhecimento – que permite que as ações sejam modificadas; c) O óleo – que precisa ser descartado; d) O meio ambiente – que precisa ser preservado; e) A cidade – que deve ser mantida limpa e organizada. <p>Todos esses atores têm uma função dentro da narrativa, todos estão conectados com o princípio de manter o meio ambiente conservado.</p> <p>A preservação não torna o meio ambiente um ator principal, contudo, é através da preocupação com ele que a Michele assume novas atitudes para que os seus hábitos em consumir óleo não o prejudiquem.</p> <p>As conexões que eles mantêm os unem em prol de um bem maior; contudo, não deixam de existir suas particularidades que podem envolver mais atores que não estão representados na fala ou nas ações demonstradas pelo vídeo.</p> <p>O conhecimento exerce a função de modificação na rede, transformando os atores que passam a atuar de outra maneira.</p> <p>A cidade se torna um ator que está dentro da rede em movimento, mas que precisa que a ação de outros atores possa impactar esse movimento. Todos estão exercendo seus papéis de atores, uns com mais voz (como no caso da Michele), outros causando maiores impactos.</p>

		<p>Mobilização: Verifica-se que a porta-voz do meio ambiente e da cidade é representada pela Michele, que apresenta uma maneira de como poupar o desgaste dos mesmos a partir de um conhecimento que ela compartilha com outras pessoas que podem a assistir.</p> <p>As alterações que os atores sofrem podem impactar diretamente eles mesmos, bem como outros atores não listados dentro dessa narrativa que foi analisada, mas que dentro da rede estão inseridos ou podem ser inseridos com o decorrer das análises.</p>
7	Promoção da Mudança social	<p>A mudança social nesse momento é promovida e instigada através da fala da Michele, que exalta a praticidade e o quanto essa prática pode ser divertida para quem a realiza. Ao final de sua fala, Michele revela a importância que essa atitude reflete no meio ambiente e para a cidade que se vive. A transmissão do conhecimento, nesse instante, se torna a promoção da mudança para as outras pessoas que assistem e podem também utilizar-se de um método simples e prático de conservação. A Educação Ambiental informal desempenha um papel importante no que tange às necessidades de transmitir o conhecimento entre outras pessoas de maneira descomplicada e atrativa.</p>
8	Educação Ambiental	<p>Quanto aos aspectos referentes a Educação Ambiental, observa-se que a EA é abordada de uma maneira informal, onde os conhecimentos repassados tendem a sensibilizar os expectadores para a importância da unidade de conservação de maneira simples e atraente para quem assiste.</p>
9	Conhecimento Compartilhado	<p>A utilização do conhecimento da Michele, para a explicação e compartilhamento de saberes para a conscientização da sociedade, a partir de técnicas simples ensina como descartar o óleo corretamente.</p> <p>O que auxilia o compartilhamento do conhecimento é a narrativa, que promove a iniciativa de conscientização por meio de vídeos que são divulgados nas redes sociais e, ao finalizar o vídeo, indica que existem locais adequados para o descarte correto do óleo, ações estimuladas pela organização que divulga esses vídeos.</p>

Fonte: Dados da pesquisa.

Após elencar os tópicos para a análise do discurso que essa narrativa (Quadro 3) possui, pode-se mencionar alguns pontos de interesse para a pesquisa, como a prática discursiva que está associada a uma atividade de conscientização, estabelecendo um novo meio de descarte do óleo. A necessidade que há em descartar esse produto, que é benéfico ao meio ambiente, é convertido em uma narrativa que compartilha um conhecimento para a mudança de postura do indivíduo quando for eliminar esse rejeito de sua casa ou estabelecimento comercial.

A construção dessa narrativa deixa espaços para o pensamento crítico do próprio público, que passa a entender como uma simples ação pode ter um

impacto grande dentro do meio ambiente. Quando a narradora se apresenta e no vídeo aparece, ao lado do seu nome, a informação de que ela é uma Agente Municipal Ambiental, ali demonstra que há autoridade em sua fala, por mais que as suas próximas frases demonstrem informalidade e descontração, essas informações agem como uma fonte confiável que pode ser seguida.

Quadro 4 – Ficha De Análise: Quem Ama Cuida João

Nº	Item Analisado	Análise
1	Narrativa / Link	Quem AMA cuida João https://www.facebook.com/watch/?v=350670289212227
2	Data da Publicação	12/08/2019
3	Texto	((Quem AMA cuida Paranaguá)) ((Música de fundo)) ((João aparece conversando com uma criança)) 1 João: Meu nome é João Júnior? (.) eu sou:: Agente Municipal Ambiental 2 João: O que eu faço para contribuir com a minha cidade? (.) => <u>Você vai ver agora</u> <= ((João aparece olhando em direção da câmera)) 3 João: Sou o fundador do 5C (.) e aqui nós transformamos mundos(.) ((crianças aparecem brincado e correndo)) 4 João: O mundo interior de cada criança (.) que tem contato com os nossos valores ((mostra a imagem de duas crianças tendo aulas de violão com um adulto)) 5 João: Conhecimento (.) conscientização (.) cooperação (.) cultura (.) e comunidade? ((aparecem crianças participando de brincadeiras com materiais lúdicos e com materiais reciclados acompanhados de adultos)) 6 João: <u>Todos os sábados</u> abrimos:: (.) nossa casa para a comunidade (.) com o objetivo de transformar as crianças (.) em futuros AMAs 7 João: Realizamos atividades esportivas (.) musicais (.) pintura (.) 8 João: Utilizamos caixas de fósforo para artesanato (.) e garrafas pets para jogos lúdicos? e revitalizamos nossa horta comunitária?

		<p>((mostra diferentes crianças realizando as atividades mencionadas por João))</p> <p>9 João: Conscientizar as crianças de hoje (.) é garantir um futuro melhor para todos</p> <p>10 João: =Faça você também a sua parte=</p> <p>11 João: <u>DE QUEM É PARANAGUÁ</u></p> <p>12 Crianças: <u>NOSSA</u></p> <p>((João aparecem em frente ao Projeto 5C com as crianças à sua volta))</p> <p>((Música de fundo))</p> <p>((O que você faz para colaborar com o cuidado da sua cidade?))</p>
4	Atores	<p>a) João Júnior - humano</p> <p>b) Projeto 5C - não humano</p> <p>c) Crianças - humano</p> <p>d) Conhecimento – não humano</p> <p>e) Conscientização – não humano</p> <p>f) Cooperação - não humano</p> <p>g) Cultura – não humano</p> <p>h) Comunidade – não humano</p> <p>i) Atividades – não humano</p>
5	Simetria	<p>A narrativa desse vídeo mostra um modo diferente de como agir para a preservação e conservação do meio ambiente. Aqui é possível identificar a importância de realizar atividades sobre conscientização, conhecimento, cooperação e cultura com as crianças.</p> <p>Mostrar a elas como a conduta pode causar impacto para a cidade em que vivem e para o meio ambiente do qual elas também fazem parte é um método de preparar pessoas conscientes para o futuro.</p>
6	Tradução	<p>Problematização: A problemática nesse vídeo está em realizar atividades que estimulem as crianças de hoje a se tornarem conscientes de seus atos, para que no futuro elas possam contribuir positivamente com o mundo e com o meio ambiente.</p> <p>Interesse: A associação entre os atores apresentados acima se dá na contribuição que eles, em conjunto, querem exercer dentro de sua rede, mas que pode causar impacto em outros atores que não estão presentes nessa narrativa.</p> <p>A intenção de passar valores para as crianças e exercitar isso através de atividades demonstra a preocupação que existe na preservação do meio ambiente hoje, podendo também contribuir com o futuro.</p> <p>Inscrição: Esse vídeo apresenta uma maneira de criar uma geração com novos hábitos e consciente da relevância que cada uma de suas ações pode proporcionar ao futuro. Por isso os atores identificados foram:</p>

		<p>a) João Júnior - humano b) Projeto 5C - não humano c) Crianças - humano d) Conhecimento – não humano e) Conscientização – não humano f) Cooperação - não humano g) Cultura – não humano h) Comunidade – não humano i) Atividades – não humano</p> <p>Percebe-se que o projeto 5C, fundado por João, tem traços muito importantes na busca da preservação ambiental. Isso fica evidente quando são apresentados os valores que o projeto propõe dentro de suas atividades.</p> <p>O projeto prepara as crianças de hoje para um futuro com maiores possibilidades.</p> <p>O conhecimento adquirido dentro de cada uma das oficinas que as crianças participam gera modificações de suas concepções de mundo.</p> <p>A valorização da comunidade e da cultura são refletidas na horta comunitária que o projeto mantém, que também promove a cooperação entre eles.</p> <p>Mobilização: O deslocamento entre os atores dentro dessa narrativa é perceptível por meio das ações que cada um exerce dentro da rede. O porta voz da conscientização, da cooperação e da cultura são as atividades realizadas pelas crianças dentro do projeto.</p> <p>Cada ator aqui exerce uma forte influência na modificação do pensamento e da conduta das crianças, que é o ator que mais se modifica ao longo da rede. Todas as ações possibilitam o favorecimento de um ator que não se apresenta diretamente nessa rede, que é o meio ambiente, mas que fica intrínseco nos movimentos e nas ações realizadas.</p>
7	<p>Promoção da Mudança social</p>	<p>Na própria fala do João fica clara a intenção da promoção da mudança social através do seu projeto. Ao propor valores nas atividades que serão executadas, ele também direciona quais são as mudanças a serem trabalhadas em cada atividade desenvolvida pelas crianças.</p> <p>Nessa narrativa é possível identificar que o objetivo do projeto é de promover a mudança nas crianças de hoje, para que elas possam adquirir novas maneiras de compreender o mundo a sua volta e adotarem ações que possam gerar bons efeitos no futuro.</p>
8	<p>Educação Ambiental</p>	<p>Ações sobre a Educação Ambiental, nesse caso, são praticadas no projeto e na execução das atividades realizadas pelas crianças, como a reutilização de materiais na produção de artesanatos e jogos e na revitalização da horta comunitária. Contudo, não são expressos nas narrativas como essas ações podem ser feitas pelo público que assiste.</p>

9	Conhecimento Compartilhado	A narrativa em questão mostra o compartilhamento de conhecimento dentro de um projeto e quais são as ferramentas e táticas que são utilizadas no aprendizado de crianças. Porém, não são compartilhados conhecimentos com as pessoas que estão assistindo ao vídeo. Há apenas informações sobre a importância do estímulo às crianças em aprender os valores do projeto do que como o telespectador pode também executar isso em suas casas.
---	-----------------------------------	--

Fonte: Dados da pesquisa.

A narrativa do João (Quadro 4), trata da sua contribuição como promotor de boas práticas que podem impactar o meio ambiente e reflete sobre as atividades que são executadas pelo projeto 5C.

A criação de um grupo de pessoas conscientes e preparadas para o futuro é evidente na fala apresentada por esse vídeo, o estímulo com crianças para a preservação e redução do impacto dos resíduos produzidos revela a preocupação com a sociedade e com o meio ambiente.

O vídeo remete aos ensinamentos e conhecimentos que são compartilhados no projeto e entre os membros que fazem parte dele. Contudo, a reflexão sobre o conhecimento apresentado na narrativa que causa impacto é a importância da inserção das crianças com atividades que visam a conscientização, cooperação e comunidade. Esse conhecimento apresentado pode não ser percebido no primeiro momento, mas está intrínseco no vídeo, assim como os ensinamentos sobre Educação Ambiental.

5 CONCLUSÃO

A pesquisa teve a intenção de investigar como uma organização utiliza a ferramenta *Storytelling*. Para responder a essa questão, a pesquisa descreve e analisa a aplicação da ferramenta *Storytelling* por uma organização para a promoção da Educação Ambiental não formal, instigando a mudança social. Realizou-se o estudo a partir de materiais publicados por uma organização que realiza a coleta de lixo no município de Paranaguá – PR que, por meio de uma campanha, utilizou *Storytelling* com a intensão de promover boas práticas ambientais.

A pesquisa identifica os aspectos de mudança social abordadas nas

narrativas, conseguindo extrair das próprias histórias como o discurso utilizado apresentou conteúdos referentes à EA, fomentando em quem assiste ao vídeo bons hábitos ambientais.

Foram realizadas análises do discurso de dois vídeos disponibilizados pela organização em suas mídias sociais. De um modo geral, a temática abordada pelos vídeos é superficial e acaba deixando outros assuntos sobre EA de lado, contudo, apesar dessas duas observações, a praticidade que as histórias abordam prendem o público e podem estimular quem assiste a reaplicar aquilo que está sendo ensinado.

A promoção de uma mudança na sociedade é instigada nas narrativas, em algumas os conteúdos são de aprendizado e de execução das atividades, em outros as pessoas que assistem são convidadas a refletir sobre suas atitudes e quais delas podem contribuir com uma cidade mais limpa e como podem preservar o meio ambiente. Ao final de cada vídeo mensagens que questionavam o público sobre como eles colaboravam com a cidade que moram eram apresentadas, assim como as que sugeriam o acompanhamento da campanha nas mídias sociais da empresa.

Através da pesquisa também foi possível acompanhar a formação da rede social que se estabelece a cada narrativa e que permite compreender como as associações de cada vídeo pode revelar a importância e as modificações de cada ator, humano ou não humano, dentro da rede.

As conexões desses atores contribuem na compreensão de como a ferramenta *Storytelling* foi utilizada para engajar diversos atores (humanos e não humanos) que foram identificados e que contribuíram para que a rede social fosse composta, revelando, dessa forma, a presença da simetria.

A rede apresenta seus movimentos e seus atores que estão em constante movimento, onde se modificam e também alteram suas conexões, ela também pode se expandir para outros lados e incorporar outros atores. As ligações entre os atores ocorrem de diversas maneiras e se apresentam por meio de intensa relação.

Desvelar essas associações, nas quais os atores estão conectados, possibilita que a organização, os funcionários e a sociedade de um modo geral,

possam realizar mais ações e possam compreender a importância que todos têm dentro da rede, colocando, dessa forma, os atores humanos e não humanos em equidade. O fortalecimento da rede social ocorre na promoção da Mudança Social, no Compartilhamento do Conhecimento e na intenção de Educar Ambientalmente.

Sugere-se que trabalhos futuros sejam realizados para mensurar qual foi o impacto que as narrativas exerceram nas pessoas que assistiram à campanha; seriam necessários mais estudos e outros tipos de abordagens metodológicas para responder a esse questionamento.

Sabe-se que a utilização de *Storytelling* pode ocorrer de diversas maneiras em uma organização, nesse caso em especial, sua utilização ocorreu para a promoção da EA de maneira não formal com um apelo para a mudança social, transmitindo conhecimento e alertando que pequenas mudanças na rotina da população podem contribuir para preservação do meio ambiente e da cidade.

REFERÊNCIAS

- ARANHA, Glaucio. Narrativas transmídia e novos esquemas cognitivos. **Ciências & Cognição**, v. 20, n. 2, p. 38-376, 2015.
- BAPTISTA, Dina Maria da Silva. Uma nova perspectiva do conto: o storytelling na estratégia da comunicação empresarial. **Forma Breve**, n. 14, p. 587-603, 2017.
- BAZZO, Walter Antonio; VON LINSINGEN, Irlan; PEREIRA, Luiz Teixeira do Vale (ed.). **Introdução aos estudos CTS (Ciência, Tecnologia e Sociedade)**. Madrid: Organização dos Estados Ibero-americanos para a Educação, a Ciência e a Cultura (OEI), 2003. Cadernos de Ibero-América.
- BRAGA, Camila; SUAREZ, Maribel. Teoria Ator-Rede: novas perspectivas e contribuições para os estudos de consumo. **Cadernos EBAPE.BR**, v. 16, n. 2, p. 218-231, 2018.
- BRUSAMOLIN, Valério; SUAIDEN, Emir José. **Aprendizagem Organizacional: o impacto das narrativas**. Curitiba: Appris, 2014.
- CALLON, Michel. Some Elements of a Sociology of Translation: Domestication of the Scallops and the Fishermen of St Brieuc Bay. **The Sociological Review**, v. 32, n. 1, p. 196-233, 1984.

FAIRCLOUGH, Norman. **Discurso e mudança social**. Brasília: Universidade de Brasília, 2001.

FIGUEIREDO, Camila Augusta Pires de. Narrativa Transmídia: modos de narrar e tipos de histórias. **Letras**, Santa Maria, v. 26, n. 53, p. 45-64, jul./dez., 2016.

FRANZONI, Christine Benciveni. **Storytelling como ferramenta para o compartilhamento do conhecimento na comunicação de líderes**. 2019. 189 f. Tese (Doutorado em Engenharia e Gestão do Conhecimento) - Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2019.

GARCEZ, Pedro de Moraes; BULLA, Gabriela da Silva; LODER, Letícia Ludwig. Práticas de pesquisa microetnográfica: geração, segmentação e transcrição de dados audiovisuais como procedimentos analíticos plenos. **DELTA: Documentação de Estudos em Linguística Teórica e Aplicada**, v. 30, n. 2, p. 257–288, 2014.

GONCALVES, Elizabeth; SANTOS, Marli. Um novo ambiente para as produções narrativas: a influência dos sujeitos em (re) ação. **Palavra Chave - Revista de Comunicación**, v. 19, n. 2, p. 450–472, 2016.

LAGOS, Benjamim Marcos. **Dinâmica Social: como as sociedades se transformam**. Petrópolis: Vozes, 1995.

LATOUR, Bruno. **Ciência em ação: como seguir cientistas e engenheiros sociedade a fora**. 2. ed. São Paulo: Unesp, 2011.

LATOUR, Bruno. **Reagregando o social: uma introdução à teoria do Ator-Rede**. Salvador: EDUFBA – EDUSC, 2012.

MCSILL, James. **5 lições de Storytelling: fatos, ficção e fantasia**. São Paulo: DVS, 2013.

PACHECO, Daniela Cristina. **Performances mito-narrativas no ensino de história**. 2016. 105 f. Dissertação (Mestrado em História) – Universidade Federal de Goiás, Goiânia, 2016.

ROCHA, Everardo. **O que é mito**. 11. ed. São Paulo: Brasiliense, 2012.

SANTOS, Larissa Conceição dos; D'ALMEIDA, Nicole. Narrativa e comunicação organizacional. **Organicom**, v. 14, n. 26, p. 290–301, 2017.

STRAUHS, Faimara do Rocio; PIETROVSKI, Eliane Fernandes; SANTOS, Gilson Ditzel; CARVALHO, Hélio Gomes de; PIMENTA, Rosângela Borges; PENTEADO, Rosângela de Fátima Stankowitz. **Gestão do conhecimento nas organizações**. Curitiba: Aymarã, 2012.

TERRA, José Claudio; FREDERICK, Bjorn; VERNALHA, Fabio; ROMÃO, Mariah; MANHÃES, Maurício; LEONARDI, Suzana. **10 Dimensões da gestão**

da inovação: uma abordagem para a transformação organizacional. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012.

TONELLI, Dany Flávio. Origens e afiliações epistemológicas da Teoria Ator-Rede: implicações para a análise organizacional. **Cadernos EBAPE.BR**, v. 14, n. 2, p. 377–390, 2016.

VERNAT, Jean-Pierre. **Entre mitos e política**. 2. ed. São Paulo: EDUSP, 2009.

VITORINO, Andreia Sofia Augusto. **O papel da Storytelling na gestão da comunicação de crise – TAP**. 2015. 125 f. Dissertação (Mestrado em Ciência da Comunicação) – Faculdade de ciências sociais e humanas, Universidade Católica Portuguesa, Lisboa, 2015.

SOCIAL CHANGE WITH STORYTELLING: ANALYSIS OF A BUSINESS CAMPAING

ABSTRACT

Objective: describe and analyze the application of the Storytelling tool when used by an organization to promote non-formal Environmental Education, instigating social change.

Methodology: the observation technique was used, which allowed, through the collected data, the elaboration of the Discourse Analysis of the eight videos of the campaign. The Actor-Network Theory was used to map the existing human and non-human actors and reveal their connections. **Results:** it is clear that the organization's intention is to promote environmental education in a non-formal way and to share among the population of Paranaguá actions and new habits that can be adopted for the preservation of the environment and the maintenance of a clean city. To achieve this proposal, the company used the Storytelling tool to share this knowledge and promote it among its audience. **Conclusions:** Although some materials analyzed present the knowledge implicitly, it is still possible to identify that there is interest and the stimulus for the development of good environmental practices.

Descriptors: Storytelling. Environmental Education. Actor-network Theory. Discourse analysis.

CAMBIO SOCIAL COM STORYTELLING: ANÁLISIS DE UNA CAMPAÑA EMPRESARIAL

RESUMEN

Objetivo: describir y analizar la aplicación de la herramienta Storytelling cuando la utiliza una organización para promover la Educación Ambiental no formal, instigando el cambio social. **Metodología:** Se utilizó la técnica de observación, que permitió, a través de los datos recolectados, la elaboración del Análisis del Discurso de los ocho videos de la campaña. La teoría del actor-red se utilizó para mapear los actores humanos y no humanos existentes y revelar sus conexiones. **Resultados:** es claro que la intención de

la organización es promover la educación ambiental de manera no formal y compartir acciones y nuevos hábitos entre la población de Paranaguá que puedan ser adoptados para la preservación del medio ambiente y el mantenimiento de una ciudad limpia. Para lograr esta propuesta, la empresa utilizó la herramienta Storytelling para compartir este conocimiento y promoverlo entre su audiencia. **Conclusiones:** Si bien algunos materiales analizados presentan implícitamente el conocimiento, aún es posible identificar que existe interés y estímulo para el desarrollo de buenas prácticas ambientales.

Descriptorios: Storytelling. Educación Ambiental. Teoría Actor-red. Análisis del Discurso.

Recebido em: 24.04.2021

Aceito em: 12.08.2021