

ALÉM DO LIXO: A BARREIRA DA REALIDADE NA COMUNICAÇÃO DO RECICLA SAMPA E O POTENCIAL DA INTERCULTURALIDADE PARA O ENGAJAMENTO SUSTENTÁVEL

Maria Luiza EISINGER GUALBERTO (Mestranda UMESP)¹

RESUMO

Este trabalho investiga a comunicação intercultural na sustentabilidade, com foco no Recicla Sampa em São Paulo. O objetivo é evidenciar a importância dessa abordagem para tornar campanhas ambientais mais equitativas e eficazes. A metodologia qualitativa analisou o Instagram do Recicla Sampa (2024-2025). Os resultados mostram que a comunicação adota uma postura universalizante, criando uma "barreira da realidade" que ignora a complexidade sociocultural, como a baixa acessibilidade para famílias de baixa renda. Conclui-se que a falta de interculturalidade robusta compromete a eficácia e equidade do programa. Essa comunicação é um pilar estratégico para que iniciativas de sustentabilidade sejam coletivas e equitativas.

Palavras-chave: Comunicação intercultural; Sustentabilidade; Recicla sampa.

ABSTRACT

This study investigates intercultural communication within the context of sustainability, focusing on the Recicla Sampa initiative in São Paulo. The objective is to highlight the importance of this approach in making environmental campaigns more equitable and effective. Employing a qualitative methodology, the research analyzed Recicla Sampa's Instagram profile during the 2024–2025 period. The results indicate that the communication adopts a universalizing stance, creating a "reality barrier" that overlooks sociocultural complexities, such as the limited accessibility faced by low-income families. The study concludes that the lack of robust interculturality undermines the program's overall effectiveness and equity. Intercultural communication is, therefore, a strategic pillar for ensuring that sustainability initiatives are both collective and inclusive.

Keywords: Intercultural communication; Sustainability; Recicla Sampa.

¹ Mestranda em Comunicação Social. Possui Bacharelado em Ciências Biológicas e Pós-graduação em Educação Ambiental e Sustentabilidade. Sua pesquisa foca na intersecção entre comunicação, envelhecimento ativo e os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS). Contato: einsiger.gualberto@metodista.br

INTRODUÇÃO

A sustentabilidade, pilar central para o futuro do planeta, enfrenta desafios complexos na contemporaneidade. Nesse cenário, a comunicação é uma ferramenta indispensável para sensibilizar e mobilizar populações, mas sua eficácia reside na capacidade de dialogar com a diversidade cultural, social e econômica dos públicos. É nesse ponto que a comunicação intercultural se revela crucial. Em contextos urbanos globais como São Paulo, a diversidade de etnias, idiomas e realidades socioeconômicas acentua-se, configurando tanto um desafio quanto uma oportunidade. Ignorar essa complexidade e adotar uma perspectiva homogênea na comunicação limita o engajamento e a efetividade das ações propostas. Surge, então, a questão central deste estudo: como a integração da comunicação intercultural pode transformar campanhas ambientais em ações mais inclusivas e eficazes em contextos de alta diversidade urbana?

Para investigar essa questão, o presente artigo elege como objeto de estudo o Recicla Sampa. Lançado em 2019, o programa, que é uma parceria entre concessionárias de resíduos e a Prefeitura de São Paulo, visa educar a população sobre reciclagem. O objetivo geral é evidenciar a importância de integrar a comunicação intercultural em iniciativas de sustentabilidade como o Recicla Sampa, valorizando a diversidade cultural para transformar campanhas ambientais em ações mais inclusivas e eficazes. A relevância do estudo reside em sua contribuição acadêmica para a Comunicação Intercultural e a Sustentabilidade, aprofundando desafios e oportunidades na intersecção desses campos, e oferecendo subsídios práticos para aprimorar estratégias comunicacionais em cidades diversas.

Do ponto de vista teórico-metodológico, a pesquisa é qualitativa e de caráter descritivo e exploratório, baseada em uma análise documental e de conteúdo. O referencial teórico foi construído a partir de autores que problematizam a comunicação intercultural, a identidade e a sustentabilidade de forma crítica, como Hall, Canclini, El-Hajji e Leff. O corpus de análise empírica foi a conta oficial do Recicla Sampa no Instagram, escolhida por sua visibilidade e frequência de atualizações.

Estruturalmente, o artigo se desenvolve em seis seções. Após esta Introdução, o Embasamento Teórico aprofunda os conceitos de comunicação intercultural, identidade e sustentabilidade crítica. A Contextualização do Objeto apresenta o Recicla Sampa. Os Aspectos Metodológicos detalham a abordagem qualitativa e a análise de conteúdo no

Instagram. A Pesquisa Empírica – Descrição dos Resultados expõe os achados da análise do conteúdo, enquanto a Análise dos Resultados os interpreta à luz do referencial teórico. Finalmente, as Considerações Finais resumem as contribuições, limitações e sugestões para futuras pesquisas.

EMBASAMENTO TEÓRICO

A Comunicação Intercultural é um campo de estudo e prática que busca compreender como as culturas influenciam os processos comunicacionais, desenvolvendo estratégias para superar barreiras e promover a compreensão mútua. Conforme Miguel Rodrigo Alsina, a interculturalidade vai além do contato entre culturas, exigindo um questionamento profundo dos olhares de cada grupo sobre o outro. Complementarmente, Mohammed El-Hajji destaca a complexidade das interações culturais, permeadas por relações de poder, identidade e alteridade, o que demanda o reconhecimento das singularidades para uma comunicação eficaz.

A relevância desse campo é inegável em metrópoles como São Paulo, que, com sua vasta diversidade socioeconômica e cultural, exigem que projetos de ampla abrangência, como o Recicla Sampa, considerem as múltiplas realidades dos moradores. Ignorar essa diversidade pode tornar as estratégias de comunicação ineficazes e excludentes. Nesse sentido, Stuart Hall argumenta que as identidades não são fixas, mas construídas em relação ao "outro" em contextos de poder, sendo fundamental que a comunicação as reconheça e valide para evitar a imposição de uma única visão de mundo.

Neste estudo, o desafio central da comunicação intercultural foca-se na "barreira da realidade": a desconexão entre as mensagens veiculadas e as condições materiais e culturais dos receptores. Essa desconexão se manifesta, por exemplo, quando dicas de sustentabilidade do Recicla Sampa, como a substituição de produtos ou a troca de descartáveis, revelam-se inacessíveis para famílias de baixa renda, evidenciando a distância entre o discurso e a prática.

Para aprofundar essa problemática, o trabalho de Néstor García Canclini é central. Canclini analisa as assimetrias e a desconexão cultural, argumentando que a interculturalidade envolve relações de poder e desigualdade de acesso a recursos simbólicos e materiais. Em sua abordagem, o "mundo se torna estranho" quando as diferenças e desigualdades não são reconhecidas, o que cria barreiras ao engajamento

efetivo. A luta por direitos justos aos trabalhadores da reciclagem, um componente intrínseco da sustentabilidade, torna-se um exemplo de como a comunicação intercultural pode e deve atuar, construindo pontes para essa compreensão abrangente e transformadora.

Identities and Territory in the Intercultural Context: Implications for Communication

A Comunicação Intercultural em cenários urbanos como São Paulo é indissociável das identidades culturais e sua relação com o território. As interações sociais são marcadas por elementos identitários, e as identidades, longe de estáticas, constroem-se e negociam-se em fluxos socioculturais. Stuart Hall, em "A identidade cultural na pós-modernidade" e "A questão multicultural", argumenta que a identidade é um conceito em formação contínua, atravessado por múltiplas posições e influências. Para Hall, a questão multicultural, que emerge da coexistência de diversas identidades em um mesmo espaço, demanda uma reavaliação das estruturas de reconhecimento e representação. A comunicação, nesse contexto, é fundamental para mediar essas construções identitárias, podendo reforçar estereótipos ou promover a alteridade.

A metrópole de São Paulo, com sua vasta heterogeneidade de minorias sociais e grupos migratórios, acentua essa complexidade identitária, resultando em uma confluência de bagagens culturais. A complexidade cultural contemporânea impulsiona a formação de culturas híbridas, conceito explorado por Néstor García Canclini em "Culturas Híbridas". Canclini argumenta que as culturas se misturam e se transformam em contextos de globalização e migração, gerando novas expressões e identidades. Embora essa hibridação possa ser fonte de inovação, ela também expõe tensões e desigualdades quando elementos culturais são marginalizados. Assim, a comunicação de iniciativas como o Recicla Sampa, atuando nesse ambiente, deveria reconhecer e valorizar essas fusões, evitando uma perspectiva monocultural que não dialoga com a fluidez das identidades urbanas. A falta de reconhecimento, alteridade e empatia nas relações socioculturais impede pontes comunicacionais eficazes e limita o potencial de transformação social.

A homogeneização de identidades em programas públicos como o Recicla Sampa, portanto, pode gerar mensagens que não ressoam com a realidade de parcelas significativas da população, especialmente quando a ausência de representações visuais

ou narrativas que reflitam essa diversidade territorial causa distanciamento e desengajamento.

COMUNICAÇÃO E SUSTENTABILIDADE: PERSPECTIVAS CRÍTICAS E A INTERSEÇÃO COM A INTERCULTURALIDADE

A sustentabilidade, em sua complexidade, transcende a dimensão ecológica, englobando esferas sociais e culturais. A perspectiva crítica da sustentabilidade questiona abordagens hegemônicas que desconsideram desigualdades e dimensões culturais. Nesse sentido, a comunicação é central, mas sua eficácia depende do diálogo com múltiplas realidades.

Enrique Leff defende uma racionalidade ambiental que vai além do viés tecnocrático e econômico. Para ele, a sustentabilidade é uma construção social e cultural que exige a redefinição das relações entre sociedade e natureza. A comunicação deve, portanto, ser um veículo para "novos sentidos" de sustentabilidade, incorporando vozes e cosmovisões de diversos grupos culturais, incluindo os mais vulneráveis.

Complementarmente, Boaventura de Sousa Santos contribui com seus conceitos de epistemologias do Sul e ecologias de saberes. Sua perspectiva revela que soluções ambientais não podem ser universalizantes, devendo integrar saberes e experiências de comunidades diversas, como catadores e populações periféricas. A falha em incorporar essas racionalidades pode resultar em ineficácia e invisibilidade social.

A análise de Zygmunt Bauman sobre a sociedade de consumo elucidada as barreiras interculturais. Bauman descreve uma sociedade onde a responsabilidade pela sustentabilidade é frequentemente individualizada, delegando ao consumidor o "reciclar seu lixo" sem questionar as estruturas de produção e descarte. A "barreira da realidade" no Recicla Sampa, onde a sustentabilidade é um privilégio, reflete diretamente as tensões entre o discurso individualizante e as profundas desigualdades socioeconômicas.

Em suma, a comunicação intercultural é essencial para transcender abordagens superficiais de sustentabilidade. As contribuições de Leff, Santos e Bauman revelam que uma comunicação eficaz deve: (1) reconhecer a sustentabilidade como construção cultural e política; (2) valorizar ecologias de saberes e realidades de grupos marginalizados; e (3) desnaturalizar a individualização do consumo, expondo estruturas

de desigualdade. Somente um diálogo crítico com a diversidade e assimetrias sociais promoverá um engajamento verdadeiramente inclusivo e transformador.

CONTEXTUALIZAÇÃO DO OBJETO: RECICLA SAMPA ORIGEM E PROPÓSITO DO RECICLA SAMPA

Lançado em fevereiro de 2019, o Recicla Sampa é uma plataforma de comunicação digital e movimento estratégico para sensibilizar e educar a população paulistana sobre reciclagem e gestão de resíduos. Fruto de parceria entre as concessionárias Loga e EcoUrbis e a Prefeitura de São Paulo, sua criação responde ao desafio da volumosa geração de resíduos na capital (aprox. 20 mil toneladas/dia em 2019) e à baixa adesão à coleta seletiva, apesar da alta capacidade das centrais de triagem (500 mil toneladas/dia).

O Recicla Sampa atua como elo entre o sistema de coleta seletiva e o cidadão, simplificando a separação de resíduos em duas categorias: orgânicos/rejeitos e recicláveis. O programa visa informar e educar sobre reciclagem e seus benefícios, facilitar o acesso à coleta seletiva (divulgando PEVs e horários) e promover o engajamento, consolidando a reciclagem como ato de cidadania e responsabilidade socioambiental. Incentiva também a adoção dos 5 Rs da Sustentabilidade: Repensar, Reduzir, Reutilizar, Recusar e Reciclar. O mote "Você separa o lixo em 2. Nós fazemos o resto." sintetiza a proposta de simplicidade e colaboração cidadã.

PÚBLICO-ALVO E ABRANGÊNCIA

O Recicla Sampa direciona suas ações à população geral de São Paulo, incluindo moradores, síndicos, empresas e instituições de ensino. A metrópole, com sua complexa e multifacetada diversidade cultural, socioeconômica e demográfica, é um polo de confluência para migrantes nacionais e internacionais, resultando em uma mistura de etnias, idiomas, crenças e valores. Essa heterogeneidade do público-alvo representa simultaneamente um desafio e uma oportunidade para estratégias de comunicação eficazes. A abrangência do programa por todo o município exige mensagens culturalmente sensíveis para perfis variados, de áreas desenvolvidas a regiões periféricas.

Ações como a "Blitz do Recicla Sampa" (exemplo do Butantã) demonstram a busca por capilaridade e interação direta com a população em diferentes contextos urbanos.

ESTRATÉGIAS DE COMUNICAÇÃO ATUAIS

A estratégia comunicacional do Recicla Sampa fundamenta-se em uma plataforma digital integrada e multicanal, visando disseminar mensagens didáticas e engajadoras. O site (reciclasampa.com.br) atua como hub informativo, com artigos, "Guia de Reciclagem" interativo e mapa de Ecopontos para diversos resíduos (óleo, isopor, eletrônicos, pilhas, pneus). O portal também disponibiliza materiais para download e notícias sobre sustentabilidade.

Em mídias sociais (Instagram, Facebook e YouTube), o movimento veicula conteúdo educativo com orientações práticas sobre reciclagem e redução de resíduos. Essas plataformas também lançam campanhas e produções audiovisuais, como a websérie "No Ritmo do Recicla Sampa", que explora o funcionamento da coleta e seus impactos.

LACUNAS OU DESAFIOS IDENTIFICADOS (PRÉ-ANÁLISE)

Apesar da amplitude e volume de informações das estratégias comunicacionais, a acentuada diversidade cultural e socioeconômica de São Paulo apresenta um desafio latente ao Recicla Sampa. Uma análise preliminar sugere que a efetividade das mensagens pode ser impactada pela ausência de adaptação a nuances culturais, valores e contextos de vida de variados grupos populacionais. A eventual homogeneidade na representação visual ou narrativa, por exemplo, pode não gerar a mesma ressonância em todas as comunidades, especialmente naquelas com distintos backgrounds culturais, idiomas ou compreensões idiossincráticas sobre o meio ambiente. Tal perspectiva indica oportunidade para a integração de uma abordagem intercultural mais robusta, visando aprimorar a inclusão e eficácia das iniciativas de sustentabilidade do programa.

ASPECTOS METODOLÓGICOS

A presente investigação adota uma abordagem de natureza qualitativa, com um caráter predominantemente descritivo e exploratório. O estudo se configura como uma análise documental que, por sua vez, emprega a análise de conteúdo temática para interpretar o fenômeno da comunicação intercultural em iniciativas de sustentabilidade.

Essa abordagem metodológica permitiu examinar sistematicamente o corpus de materiais, identificando padrões, lacunas e a maneira como a diversidade cultural é abordada ou negligenciada nas mensagens e representações do Recicla Sampa.

O corpus da análise empírica foi composto exclusivamente pela conta oficial do Recicla Sampa no Instagram (@reciclasampa). A escolha por este canal justifica-se por sua alta visibilidade e frequência de atualizações, o que o estabelece como o principal meio de comunicação direta do programa com seu público. Complementarmente, a análise documental de outros materiais institucionais do Recicla Sampa e da Prefeitura de São Paulo, como websites e notícias oficiais, foi utilizada para a contextualização do objeto de estudo e a compreensão de seus propósitos e abrangência.

Os procedimentos de coleta de dados compreenderam a revisão bibliográfica e a coleta dos materiais do Recicla Sampa. Para a construção do embasamento teórico, a seleção dos autores e conceitos-chave foi realizada com base na bibliografia da disciplina de Comunicação Intercultural, priorizando aqueles que dialogavam diretamente com a problemática da pesquisa (como Canclini, Hall, e Leff). A coleta dos dados empíricos no Instagram ocorreu por meio de uma observação sistemática do feed, focada no período de 2024 a 2025, com ênfase nos posts mais recentes. Todos os conteúdos (posts, carrosséis, reels), seus respectivos comentários e as interações geradas foram avaliados individualmente.

A análise de conteúdo utilizada seguiu os princípios da análise temática, que se concentra na identificação de padrões recorrentes e temas emergentes no corpus, sob a ótica da comunicação intercultural. O exame de cada peça de conteúdo, comentário e interação foi guiado por categorias de análise predefinidas, tais como: a) vocabulário e tom de voz; b) presença e tipo de narrativas; c) representação visual da diversidade humana (raça, etnia, gênero, idade) e dos cenários; d) uso de símbolos culturais; e) chamadas para ação e estratégias de engajamento; f) diversidade cultural nos comentários e nas respostas do programa; e g) evidências de abordagens inclusivas ou universalizantes. Este processo permitiu o levantamento de lacunas na comunicação do Recicla Sampa à luz dos pressupostos teóricos.

Por fim, reconhecem-se as limitações inerentes ao presente estudo. Por tratar-se de uma análise documental e teórica, a pesquisa não incluiu trabalho de campo nem a coleta de dados primários junto ao público-alvo do Recicla Sampa. Consequentemente,

as conclusões baseiam-se estritamente na interpretação do conteúdo produzido e veiculado pelo programa, e não na percepção direta da população. Futuras investigações poderiam complementar este estudo com pesquisas de recepção.

PESQUISA EMPÍRICA – DESCRIÇÃO DOS RESULTADOS

A presente seção detalha os achados da análise de conteúdo da conta oficial do Recicla Sampa no Instagram, escolhido por sua visibilidade e frequência de atualizações. A descrição visa identificar padrões e características da abordagem do programa em relação à diversidade cultural e inclusão, preparando a análise crítica subsequente.

A estratégia comunicacional do Recicla Sampa no Instagram é predominantemente informativa e educativa. Carrosséis são o formato mais frequente, detalhando processos como separação de resíduos e localização de pontos de coleta. Exemplos recentes incluem posts sobre o projeto de reciclagem de esponjas e canetas (25/06/2025), reciclagem de latinhas (18/06/2025) e o desafio do plástico (13/06/2025). Posts de imagem única são menos comuns, reservados para chamadas visuais de eventos, como o projeto "Conexão Cidadã" com a chamada "Você recicla, mas sabe quem coleta?".

A frequência de postagens no feed (carrosséis e Reels) varia de uma a duas vezes por semana. Períodos de maior atividade alinham-se a campanhas específicas, como "Ondas Limpas" (início de 2025), que impulsionou interações. Entre campanhas, a frequência é moderada, com conteúdo informativo recorrente. Os temas abordados gravitam em torno de curiosidades e aspectos práticos da sustentabilidade diária, incluindo o que é reciclável, estratégias de diminuição de desperdício e notícias globais. Exemplos são o post sobre a obrigatoriedade da União Europeia para marcas de moda pagarem pela reciclagem (05/06/2025) e os 4 mil pontos de coleta da Boticário (30/05/2025).

ANÁLISE DA LINGUAGEM E NARRATIVAS

A linguagem escrita do Recicla Sampa emprega vocabulário majoritariamente acessível, com termos técnicos como "coleta seletiva" ou "Ecopontos" introduzidos claramente. Contudo, essa acessibilidade não se traduz em diálogo efetivo com a diversidade de realidades paulistanas. O tom de voz predominante é didático e instrutivo. Observa-se limitada ocorrência de informalidade ou regionalismos; embora haja uso pontual de gírias em vídeos (como com o rapper Thaíde), esses conteúdos são escassos.

Não há indícios de legendas em outros idiomas ou recursos de acessibilidade para pessoas com deficiência visual.

Quanto às narrativas, a plataforma priorizou, no último ano, posts informativos em detrimento de histórias ou entrevistas. A escassez de narrativas aprofundadas sobre experiências humanas limita a conexão emocional com o público. Consequentemente, as narrativas são genéricas, falhando em abordar as múltiplas realidades e experiências culturais de São Paulo. Embora um post de 8 de novembro de 2024 mencione 800 mil pessoas que vivem da reciclagem, a discussão não aprofunda as desigualdades sociais inerentes a essa realidade.

REPRESENTAÇÃO VISUAL E ICONOGRAFIA

A representação visual do Recicla Sampa no Instagram predomina imagens de lixo ou fundos lisos com textos, conferindo estética robotizada e pouca ressonância emocional. A diversidade humana é limitada e assimétrica, com pessoas negras, pardas e mulheres retratadas majoritariamente como catadoras(es). Mesmo nesses posts limitados, a comunicação aprofunda raramente as desigualdades socioeconômicas. Um exemplo é o post de 22 de setembro de 2024, que revela 62% dos trabalhadores negros/pardos e mais da metade catadoras em São Paulo, mas apenas 10% em cooperativas, implicando que 90% atuam precariamente; essa questão, embora mencionada, não é aprofundada para gerar debate sobre desigualdade social. Cenários e ambientes são escassos, com poucas imagens que reflitam a diversidade da paisagem urbana paulistana. A iconografia e os símbolos culturais utilizados são majoritariamente genéricos, sugerindo bancos de imagem. Essa falta de proximidade com elementos do dia a dia e referências culturais específicas contribui para a percepção de um perfil "robotizado", desprovido do apelo do familiar e do cotidiano diversificado da população.

ESTRATÉGIAS DE ENGAJAMENTO E INTERAÇÃO COM O PÚBLICO

As chamadas para ação (CTAs) do Recicla Sampa são diretas e funcionais, orientando o usuário para ações específicas. Links para projetos ou reportagens são disponibilizados na bio do Instagram (exemplo: post de 17 de julho de 2024, sobre investimento governamental em reciclagem). Em campanhas de coleta, os pontos são

adicionados na legenda ou imagem (exemplo: post de 23 de maio de 2024, sobre coleta de chinelos).

Na interação via comentários, há presença de usuários de diversas regiões do Brasil, com pedidos de informação sobre pontos de coleta em outros estados (exemplo: post de 23 de maio de 2024, sobre coleta de chinelos). O Recicla Sampa responde satisfatoriamente aos comentários, oferecendo retornos claros. Contudo, a análise dos comentários revela ausência de diversidade cultural notável entre interagentes. Por exemplo, em post sobre catadoras (22 de setembro de 2024), comentários são predominantemente de pessoas brancas, indicando falta de engajamento do público afetado pela desigualdade e carência de discurso abrangente sobre a temática.

EVIDÊNCIAS DE ABORDAGENS INCLUSIVAS OU UNIVERSALIZANTES

Na análise, observou-se a ausência de esforço claro e consistente do Recicla Sampa em ser proativamente inclusivo ou em abordar a diversidade cultural de São Paulo. As mensagens e representações visuais tendem a ser universalizantes, pressupondo homogeneidade de compreensão e engajamento da população paulistana. A falta de narrativas diversificadas, representações visuais equitativas e linguagem adaptada às múltiplas realidades socioculturais de São Paulo aponta lacuna na consideração das especificidades culturais, o que poderia potencializar o engajamento e a eficácia do programa.

ANÁLISE DOS RESULTADOS

A comunicação do Recicla Sampa no Instagram, embora didática e informativa, adota uma abordagem predominantemente universalizante. Sua linguagem acessível não dialoga efetivamente com a diversidade de realidades paulistanas, e as narrativas são genéricas, com escassez de histórias humanas aprofundadas.

Essa observação dialoga com as proposições de Néstor García Canclini sobre interculturalidade e desconexão. Canclini argumenta que a interculturalidade é permeada por relações de poder e desigualdade de acesso a recursos. Ao promover uma sustentabilidade que pressupõe homogeneidade, o Recicla Sampa inadvertidamente cria

uma "barreira da realidade". Segundo Canclini, quando diferenças e desigualdades não são reconhecidas, o "mundo se torna estranho", gerando barreiras ao engajamento efetivo. Dicas como substituir cotonetes plásticos por hastes de papel ou trocar descartáveis por recicláveis ilustram essa inacessibilidade para famílias de baixa renda. A incompatibilidade com a renda e a indisponibilidade de produtos evidenciam uma desconexão que a comunicação universalizante falha em transpor.

A crítica de Zygmunt Bauman à sociedade de consumo também contextualiza como a responsabilidade pela sustentabilidade é individualizada. Bauman descreve uma sociedade onde o consumo constrói identidades, e relações são fluidas. A comunicação do Recicla Sampa, ao delegar ao consumidor a tarefa de "reciclar seu lixo" sem questionar estruturas de produção, alinha-se a essa lógica consumerista. Essa abordagem negligencia desigualdades de acesso e impede a participação plena. O post de 8 de novembro de 2024, sobre os 800 mil recicladores sem aprofundar desigualdades, corrobora a tese de Bauman: a "barreira da realidade" se manifesta onde a sustentabilidade, individualizada, torna-se um privilégio, refletindo tensões entre discurso e profundas desigualdades socioeconômicas. Portanto, a universalização da mensagem, ao não dialogar com as múltiplas realidades socioculturais, impede que a comunicação do Recicla Sampa construa pontes eficazes. Essa lacuna limita o engajamento da população, especialmente daqueles que enfrentam a "barreira da realidade", por não se sentirem contemplados nas propostas e não terem suas particularidades e desafios reconhecidos no discurso sobre sustentabilidade.

REPRESENTAÇÃO, IDENTIDADE E A INVISIBILIDADE DA ALTERIDADE

A análise da representação visual e iconografia no Instagram do Recicla Sampa revela limitação na capacidade do programa em espelhar a vasta diversidade paulistana. Imagens de lixo ou fundos lisos predominam, gerando estética robotizada e pouca ressonância emocional. A diversidade humana é limitada e assimétrica: pessoas negras, pardas e mulheres aparecem majoritariamente como catadoras(es). Mesmo nesses posts, a comunicação aprofunda raramente as desigualdades socioeconômicas desses grupos.

Essa observação encontra ressonância na teoria de Stuart Hall sobre identidade cultural e a questão multicultural. Hall argumenta que identidades são construídas em relação ao "outro" e em contextos de poder. A ausência de representação equitativa e a

homogeneidade visual no Recicla Sampa podem falhar em reconhecer as múltiplas identidades culturais de São Paulo. Ao não validar essas identidades, o programa pode inadvertidamente reforçar estereótipos ou perpetuar a invisibilidade, em vez de promover a alteridade e o reconhecimento genuíno das experiências socioculturais.

A escassez de cenários e ambientes que reflitam a diversidade urbana e a iconografia genérica, sugerindo bancos de imagem, contribuem para um perfil "robotizado" e distante do cotidiano diversificado. Tal achado pode ser analisado pela ótica de Rogério Haesbaert e seu conceito de multiterritorialidade. Haesbaert postula que um mesmo espaço geográfico é vivenciado de múltiplas formas por diferentes grupos. Ao não navegar por essas multiterritorialidades via comunicação visual, o Recicla Sampa perde a oportunidade de conexão autêntica com as práticas culturais e dinâmicas cotidianas das comunidades, gerando distanciamento e desengajamento.

A invisibilidade de grupos marginalizados e a falta de aprofundamento nas desigualdades, exemplificadas pelo post de 22 de setembro de 2024 (que revela 62% dos trabalhadores negros/pardos e mais da metade catadoras em São Paulo, mas apenas 10% em cooperativas), reforçam as críticas de Boaventura de Sousa Santos. Seus conceitos de epistemologias do Sul e ecologias de saberes argumentam pela valorização de conhecimentos e práticas de contextos subalternizados. Ao não dar voz e valor às realidades dessas comunidades, a comunicação do Recicla Sampa falha em promover um diálogo horizontal, limitando a construção de "futuros possíveis" e perpetuando a invisibilidade e ineficácia do engajamento.

A análise das estratégias de engajamento do Recicla Sampa no Instagram revela limitação na profundidade da interação. Embora as chamadas para ação (CTAs) sejam diretas e funcionais, há escassez de conteúdos interativos e narrativas humanizadas. A interação nos comentários, mesmo com a presença de usuários de diversas regiões, demonstra notável ausência de diversidade cultural entre os interagentes. Por exemplo, posts sobre a realidade das catadoras (22 de setembro de 2024) recebem comentários predominantemente de pessoas brancas, indicando falta de engajamento do público diretamente afetado pela questão da desigualdade e reforçando a carência de um discurso abrangente.

Essa dinâmica comunicacional se alinha às discussões de Mohammed El-Hajji sobre a complexidade das interações interculturais. El-Hajji destaca que a comunicação

entre culturas distintas não é neutra, exigindo reconhecimento da alteridade e das relações de poder. A limitada interação e a ausência de diálogos aprofundados sobre realidades diversas indicam que as "pontes" comunicacionais do Recicla Sampa não geram engajamento intercultural efetivo. A comunicação, menos dialógica e mais unilateral, falha em fomentar reconhecimento mútuo e troca de perspectivas para uma compreensão compartilhada da sustentabilidade.

A crítica de Enrique Leff à racionalidade ambiental dominante, que negligencia a diversidade de saberes e modos de vida, também se aplica a essas limitações de engajamento. Leff argumenta que a sustentabilidade exige a emergência de "novos sentidos" que incorporem vozes e cosmovisões de diferentes grupos culturais. A escassez de narrativas humanizadas e a falta de recursos interativos no Recicla Sampa limitam a capacidade do programa de cocriar esses "novos sentidos" com a população. Ao não abrir espaço para saberes e experiências de comunidades diversas, incluindo catadores e populações periféricas, a comunicação do Recicla Sampa perde a oportunidade de promover uma racionalidade ambiental mais integrada culturalmente e um engajamento verdadeiramente inclusivo e transformador.

CONCLUSÃO

Em síntese, a análise do Recicla Sampa no Instagram, confrontada com a teoria intercultural, revela desafios para um engajamento inclusivo na sustentabilidade. A universalização da mensagem negligencia complexas realidades, criando uma "barreira da realidade" que distancia o público e falha em dialogar com assimetrias de acesso. Essa abordagem ressoa com a crítica de Bauman à individualização da responsabilidade, onde a sustentabilidade torna-se um privilégio. Além disso, a limitada representação visual e narrativa, com a ausência de diversidade e invisibilidade de grupos marginalizados (como catadores), impede o reconhecimento de identidades (Hall) e territorialidades (Haesbaert). Na visão de Boaventura de Sousa Santos, isso perpétua a subalternização de saberes. As estratégias de engajamento, insuficientemente interativas, limitam profundas conexões e o fomento de novos sentidos para a sustentabilidade (Leff), como proposto por El-Hajji. Conclui-se que a ausência de uma abordagem intercultural robusta compromete a eficácia do Recicla Sampa em promover uma cidadania ambiental equitativa e acessível.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente artigo objetivou evidenciar a importância da comunicação intercultural em iniciativas de sustentabilidade, analisando o Recicla Sampa. A pesquisa qualitativa, focada no Instagram do programa, revelou lacunas que corroboram a tese defendida. Os achados indicam que a comunicação do Recicla Sampa, apesar de acessível, adota abordagem universalizante, negligenciando a diversidade paulistana. Isso cria uma "barreira da realidade" para o engajamento, distanciando o público. Conforme Canclini, a falta de reconhecimento das desigualdades de acesso simbólico/material gera desconexão. A individualização da responsabilidade pela sustentabilidade, sem questionar estruturas de produção/descarte, reflete a lógica da sociedade de consumo de Bauman, tornando-a um privilégio.

A pesquisa também evidenciou limitada diversidade visual e narrativa. A assimetria na representação de catadoras(es) e a ausência de aprofundamento das desigualdades demonstram falha no reconhecimento das múltiplas identidades (Hall). A escassez de cenários variados e a iconografia genérica, segundo Haesbaert, desconsideram multiterritorialidades, enquanto a invisibilidade de saberes marginalizados, conforme Boaventura de Sousa Santos, perpetua assimetrias de poder, limitando a construção de "ecologias de saberes" em sustentabilidade.

Por fim, as limitações em engajamento e interação, como a escassez de conteúdo interativo e a ausência de diversidade nos comentários, indicam um desafio para a comunicação intercultural. El-Hajji e Leff ressaltam que a complexidade das interações e a necessidade de "novos sentidos" para a sustentabilidade exigem mais que comunicação unilateral. A falha em abrir espaço para intercâmbio de saberes e experiências afasta o programa das realidades que busca impactar.

Em termos de implicações teóricas, o estudo consolida a interconexão entre comunicação intercultural, justiça social e eficácia em sustentabilidade, posicionando a interculturalidade como pilar estratégico. Nas implicações práticas, sugere-se que programas como o Recicla Sampa adotem abordagens mais dialógicas, diversifiquem representações e integrem vozes e saberes de grupos marginalizados, visando comunicação mais equitativa e engajadora. Contudo, reconhece-se a limitação de ser uma análise documental focada no Instagram, sem pesquisa de campo ou de recepção. As

conclusões baseiam-se na interpretação do conteúdo produzido, não na percepção direta do público.

Para futuras pesquisas, sugerem-se estudos de recepção para investigar a interpretação das mensagens por diferentes grupos. Também, explorar a eficácia de campanhas já interculturais e analisar o papel de lideranças comunitárias e redes informais. Aprofundar a investigação sobre as condições e perspectivas dos catadores, a partir de suas vozes, seria profícuo para uma sustentabilidade mais justa e inclusiva.

A comunicação tem o poder de construir pontes. Em desafios ambientais e sociais crescentes, a comunicação intercultural é uma necessidade estratégica e ética para promover uma sustentabilidade coletiva, equitativa e ressonante com a complexa tapeçaria de identidades e realidades urbanas. Dialogar com todas as vozes é essencial para um futuro mais verde e justo.

REFERÊNCIAS

- ALSINA, Miguel Rodrigo. **Cuestionamientos, características y miradas de la interculturalidad**. SPHERA PUBLICA – Revista de Ciencias Sociales y de la Comunicación, n. 4, 2004, pp. 53-68.
- BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade Líquida**. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.
- BAUMAN, Zygmunt. **Vida para Consumo: a transformação das pessoas em mercadoria**. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.
- CABECINHAS, Rosa; CUNHA, Luís (Eds.). **Comunicação intercultural: Perspectivas, dilemas, desafios**. Porto: Campo das Letras, 2008.
- CANCLINI, Néstor García. **Culturas híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade**. São Paulo: EDUSP, 2013.
- CANCLINI, Néstor García. **Diferentes, desiguales y desconectados: mapas de la interculturalidad**. Barcelona: Gedisa Editorial, 2004.
- CANCLINI, Néstor García. **O mundo como um lugar estranho**. São Paulo: Edusp, 2020.
- EL-HAJJI, Mohammed. **Comunicação Intercultural: apontamentos analíticos**. Revista Contemporânea, n. 4, p. 52-60, 2005.
- HAESBAERT, Rogério. **Território e multiterritorialidade: um debate**. Revista GEOgraphia, Niterói, Ano IX, N.17, p.19-46, 2007.
- HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A Editora, 2005.
- HALL, Stuart. **A questão multicultural**. In: SOVIK, Liv (Org.). *Da diáspora: identidades e medições culturais*. Belo Horizonte: UFMG, 2003.

LEFF, Enrique. **Racionalidade ambiental: a reapropriação social da natureza.** Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2006.

SANTOS, Boaventura de Sousa. **Epistemologias do Sul.** São Paulo: Cortez, 2007.

SÃO PAULO (Cidade). Prefeitura. Secretaria Executiva de Limpeza Urbana (SELURB). ReciclaSampa. Disponível em:
https://prefeitura.sp.gov.br/web/secretaria_executiva_de_limpeza_urbana/w/348142.

Acesso em: 11 de julho 2025.

SÃO PAULO (Cidade). Prefeitura. Subprefeitura do Butantã. Notícias: Recicla Sampa e subprefeitura do Butantã em ação pela conscientização. Disponível em:
<https://prefeitura.sp.gov.br/web/butanta/w/noticias/99560>. Acesso em: 11 de julho 2025.

RECICLA SAMPA. Site oficial. Disponível em: <https://www.reciclasampa.com.br/>. Acesso em: 11 de julho 2025.