



Encontro Internacional sobre Gestão
Empresarial e Meio Ambiente

ISSN: 2359-1048
Dezembro 2016

EDUCAÇÃO AMBIENTAL COMO ESTRATÉGIA DE GESTÃO AMBIENTAL EM PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS

ROBINSON HENRIQUE SCHOLZ
UNIVERSIDADE DO VALE DO RIO DOS SINOS - UNISINOS
robinsonscholz@hotmail.com

GUSTAVO MARQUES DA COSTA
markesdakosta@hotmail.com

EDUCAÇÃO AMBIENTAL COMO ESTRATÉGIA DE GESTÃO AMBIENTAL EM PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS

RESUMO

As instituições necessitam desenvolver um processo educativo que oriente os indivíduos a apreensão dos princípios da sustentabilidade e, conseqüentemente, mudanças na cultura organizacional. Um diagnóstico do perfil dos colaboradores e das comunidades externas com os quais as instituições trabalham podem contribuir no planejamento de ações socioambientais e suas efetivações. Esta pesquisa tem por objetivo verificar como a educação ambiental contribui na implementação de ações estratégicas empresariais em relação às questões socioambientais e a percepção que gestores e colaboradores possuem frente a essas ações. O método adotado é de cunho quanti-qualitativo, por meio de questionários semiabertos com gestores e colaboradores. Os resultados apontam para insuficiências estratégicas relacionadas ao endomarketing e à capacitação dos colaboradores em relação com as dinâmicas de educação ambiental nas organizações para o desenvolvimento de ações socioambientais. Verifica-se que o foco no marketing verde está mais em evidência, ao invés do trabalho de capacitação interna. Outra reflexão pertinente é pensar sobre a possibilidade das organizações serem agentes de mudanças sociais para com as questões ambientais. Portanto, gestores de qualquer organização que invistam em práticas socioambientais conjuntamente com a integração da educação ambiental podem melhorar a imagem corporativa e servir de exemplo para outras organizações.

Palavras-chave: Gestão ambiental. Sustentabilidade. *Habitus*.

ENVIRONMENTAL EDUCATION AS A STRATEGY OF ENVIRONMENTAL MANAGEMENT IN SMALL AND MEDIUM BUSINESSES

ABSTRACT

The corporations need to develop an educational process that guides individuals to seize the sustainability principles and, as a consequence, changes in the organizational culture. A diagnosis of the collaborators' profile and the outside communities with which the institutions work may contribute to the social-environmental action planning and its realization. This research aims at verifying how environmental education contributes to the implementation of business strategic actions concerning social-environmental issues and the perception of the managers and collaborators towards these actions. The method adopted is of quantitative and qualitative nature, by means of a semi-open questionnaires with managers and collaborators. Results point to insufficient strategies related to internal marketing and collaborator's training concerning the companies' environmental education dynamics for the development of social-environmental actions. It was verified that focus on the "green marketing" is a trending issue, instead of internal training work. Another important reflection is to think about the organizations as social changes agents when concerning environmental issues. Therefore, managers of any organization that invest in social-environmental practices together with the environmental education integration may improve the corporative image and set an example to other organizations.

Key words: Environmental management. Sustainability. *Habitus*.

INTRODUÇÃO

A preocupação por parte das organizações com seus impactos socioambientais tornou-se um componente constante de qualquer processo produtivo. No contexto atual frente à sustentabilidade, as empresas já se mobilizam para as questões ambientais e estruturam projetos voltados para uma gestão socioambiental, investindo na relação ética, transparente e de qualidade com todos os seus públicos de relacionamento, desde os colaboradores, passando por familiares diretos e parentes, sociedade e comunidade em geral. Essas iniciativas, apesar de apresentarem resultados positivos, representam, na maioria das vezes, ações pontuais e desconectadas da missão, visão, planejamento estratégico e posicionamento da empresa e, conseqüentemente, podem não expressar significativamente um compromisso efetivo para a sustentabilidade. Diante dessas questões, surge o conceito de excelência ambiental, que avalia a indústria por sua *performance* em relação ao meio ambiente, não ficando somente restrita ao desempenho produtivo e econômico (SEIFFERT, 2010).

A consciência de que é necessário utilizar com parcimônia os recursos naturais, mobiliza a sociedade no sentido de se organizar para que o crescimento econômico não seja predatório, mas sim sustentável. Corroborando nesse sentido, Leff (2001) aponta que a sustentabilidade abrange as questões ambientais, os problemas sociais e os interesses econômicos. A partir dos anos de 1950 e 1960, dá-se início uma sequência de eventos e acidentes ambientais, que começam a chamar a atenção da sociedade para a crescente degradação da qualidade ambiental e iniciaram-se assim as discussões sobre as questões ambientais (VEIGA, 2006). A partir destas datas, a educação ambiental (EA) toma força no mundo todo, uma vez que ela faz com que as pessoas e as empresas repensem suas posturas de conservação e preservação do ambiente, sendo um processo educativo que visa formar cidadãos éticos nas suas relações com a sociedade e com a natureza (REIGADA e REIS, 2004). A educação ambiental pode estabelecer novos conhecimentos, habilidades, experiências e valores, na busca de formas sustentáveis de viver (VASCONCELLOS, 2002). A questão educacional é fundamental para a sustentabilidade, uma vez que ela passa não só pela maneira como o sujeito utiliza os recursos naturais a sua disposição, a qual se evidencia por meio de seu padrão de consumo, como também pelo controle de natalidade, diretamente associado com o nível cultural de uma população (SEIFFERT, 2010).

De acordo com a Primeira Conferência Intergovernamental, realizada em 1977 em Tbilisi, Georgia (extinta URSS) a educação ambiental é considerada um processo permanente, no qual os indivíduos e a comunidade tomam consciência do meio ambiente e adquirem conhecimentos, valores, habilidades, experiências e determinação que os tornam aptos a agir individual e coletivamente para resolver problemas ambientais presentes e futuros (DIAS, 1992). A educação ambiental constitui um passo preliminar importante para a implantação de políticas ambientais pelas empresas, as quais se materializam por meio de um Sistema de Gestão Ambiental (SGA). Segundo Tinoco e Kraemer (2004) os processos de gestão ambiental tanto em nível público como privado constituem-se em sistemas que incluem a estrutura organizacional, atividades de planejamento, responsabilidades, práticas, procedimentos, processos e recursos para desenvolver, implementar, atingir, analisar criticamente e manter a política ambiental. A educação ambiental deve ser considerada como importante instrumento de gestão ambiental para a materialização da sustentabilidade.

De acordo com DIAS (1994, p.8), é necessário incorporar as dimensões sociais, políticas, econômicas, culturais, ecológicas e éticas, ao tratar de qualquer problema ambiental, considerando todas as dimensões. E continua o autor "[...] a maior parte dos problemas ambientais tem suas raízes na miséria, que por sua vez é gerada por políticas e problemas econômicos, sendo concentradores de riqueza e responsáveis pelo desemprego e degradação ambiental". O planejamento de ações de educação ambiental sem o conhecimento de perfil ambiental das comunidades a serem envolvidas e do seu respectivo funcionamento, tem sido

um dos erros mais frequentes. Os impactos ambientais que podem ser causados pelo gestão ambiental deficiente são muito variáveis. A alteração das práticas individuais pode, quando uma grande quantidade de agentes é sensibilizada, provocar um efeito agregado interessante, e modificar práticas de ramos industriais inteiros.

Neste sentido, o conceito de sustentabilidade empresarial pressupõe que a empresa cresça, seja rentável e gere resultados econômicos, mas também contribua para o desenvolvimento da sociedade e para a preservação do planeta. Paarlberg (2007) refere-se aos valores organizacionais como os princípios que guiam o comportamento de uma organização. Estes princípios também são conhecidos como cultura organizacional. Para Erez (2004), Tamayo (1996) e McDonald (1991) a importância dada aos valores organizacionais deve-se a que eles irão estabelecer as práticas de gestão na organização.

Com base nestas situações, a compreensão da cultura organizacional se faz primordial:

Ao estar numa empresa em que a cultura organizacional é difundida e os valores e as crenças são pontos de referência claros e compartilhados entre todos, há um acordo tácito que lembra o lema histórico dos mosqueteiros de Dumas: um por todos, todos por um (MARRAS, 2000, p.193).

À luz destas teorias e reflexões acerca da temática, percebemos que para ocorram práticas de sustentabilidade, há a necessidade de mudança cultural dos indivíduos, das instituições, dos governos, etc. O objetivo do presente estudo foi verificar como a educação ambiental contribui na implementação de ações estratégicas empresariais em relação às questões socioambientais e a percepção dos gestores e colaboradores frente a essas ações. Na seção a seguir, apresentamos o conceito de *habitus* em Bourdieu (2007), que pode contribuir na nossa reflexão e pesquisa.

1. GESTÃO SOCIOAMBIENTAL COMO *HABITUS*

A partir de 1960, as causas socioambientais mereceram destaque internacional no intuito de poder minimizar os impactos ambientais e sociais. Neste contexto, as organizações públicas e privadas compartilham, em medidas distintas e heterogêneas, ações e cuidados com o meio ambiente. Todavia, ainda é pouco representativa esta participação das organizações em prol da sustentabilidade. Para tanto, muitas iniciativas vêm sendo tomadas, normatizadas e elaboradas, como por exemplo, pela *ISO – Internacional Organization for Standardization*, compreendidas em sua série 14.001, que visa assegurar a qualidade ambiental tanto nos produtos como nos seus processos produtivos. Por ser uma organização não-governamental, a ISO não pode legislar, contudo, a seriedade das normas elaboradas com reconhecimento universal lhe confere uma atuação incontestável (MILARÉ, 2004). Não obstante, o processo de conscientização interna nas organizações, tanto pelos gestores, como também pelos colaboradores, por meio do endomarketing, ainda é percebido como carente nesta dinâmica socioambiental, o que serve como justificativa a análise de como estão sendo executadas as ações de responsabilidade ambiental desenvolvidas nas organizações e percebidas pela sociedade.

A educação para a sustentabilidade é uma constante (re)aprendizagem sobre o cuidado com o meio ambiente e com o nosso futuro. Toda a educação gera mudanças de postura, de práticas socialmente adquiridas, o que leva a romper com paradigmas até então já vivenciados e experimentados. Sob o prisma analítico das ciências sociais, pode-se evidenciar que práticas e ações realizadas com, ou para o meio ambiente, são *habitus* desenvolvidos por pessoas que compartilham da mesma prática, e as fazem naturalmente. Bourdieu (2007) entende esse conceito por meio das práticas vivenciadas no passado e que se refletem no presente, cujo alimento e projeção de sua continuidade no futuro persistem de acordo com seus pressupostos. Comporta, em sua expressão, um sistema de disposições que abrange as

estratégias e as práticas sociais pelas quais a ordem social se materializa, tornando-a significativa e evidente à medida que essas disposições são incorporadas e interiorizadas mediante um processo de interação social e em um contexto constituído historicamente.

Ao discutirmos as práticas de gestão socioambiental, por meio da educação para a sustentabilidade, podemos estar nos deparando com indivíduos que não tiveram ainda esse contato para com práticas sustentáveis, como também, pessoas que já atuam e praticam ações de cuidado com o meio ambiente, o que podemos identificar como sendo *habitus*, práticas socialmente percebidas, classificáveis e reproduzidas. Esses hábitos de vida legitimados são reflexos do capital social herdado dos pais e da família unidos na relação estreita com o capital escolar, adquirido durante a formação educacional legitimada pelos diplomas emitidos pelas instituições escolares – escolas, universidades etc. Este é um dos modelos de distinção apontados por Bourdieu. Além disso, o autor aponta que a utilização desses capitais, somados ao capital econômico, montante de capital que possui liquidez e possibilidade de apropriar bens de consumo, gera a produção do capital simbólico. Por exemplo, o processo de uso e consumo das coisas, a participação ou não de eventos culturais, práticas de ações de responsabilidade social e ambiental, são alguns exemplos que podem gerar a distinção de classes sociais. O *habitus* de consumo de um bem recebe um valor social pelo uso social a que é submetido, passando a ser condicionado ao capital simbólico atribuído pelo consumidor e a sua necessidade de consumo, frente à distinção promovida. Por exemplo, se analisarmos a prática de ações de gestão ambiental desenvolvidas pelas empresas e organizações que possuem a certificação ISO 14.001, podemos refletir que essas ações são consumidas pelos clientes destas organizações e passam a desenvolver mecanismos de capital simbólico e, conseqüentemente, *habitus* de consumo de produtos que tenham a certificação da ISO 14.001.

Tendo o *habitus* de consumo de produtos/serviços de organizações que tenham responsabilidade socioambiental por parte dos clientes, podemos pensar que, para atingirmos esse nível, houve processos de educação ambiental em diferentes esferas, tais como na família, escola, ambientes de trabalho, interações sociais, etc. Neste processo de aprendizagem, o indivíduo que legitima o *habitus*, estrutura um capital simbólico para com as causas ambientais e as promove, gerando a distinção. Essa apropriação do capital simbólico fortalece a interação com demais atores sociais (Estado, sociedade civil, empresas) e (re)produz novas dinâmicas de entendimento e práticas de consumo responsável, desmistificando a educação formal como sendo a única responsável em desenvolver a metodologia e a práxis em referência à temática aqui desenvolvida. A interiorização das práticas educativas e ambientalmente corretas, assimiladas pelo *habitus* naturalmente exercido, pode-se avaliar significativamente os impactos qualitativos em um dado contexto, em primeira instância territorial, e posteriormente, em outros grupos sociais, uma vez que os indivíduos estão em constante interação.

Portanto, a educação ambiental é construída socialmente, intentando a sustentabilidade, o que será desenvolvido na seção a seguir.

2. EDUCAÇÃO AMBIENTAL COMO *HABITUS* NAS EMPRESAS

Na atualidade, há a significativa necessidade de profundas alterações nos valores e conduta dos seres humanos, para que se possa ter a devida superação do quadro de degradação e desconsideração ambiental em que o mundo vivencia. Essas mudanças podem e devem acontecer nas mais variadas estruturas sociais, tais como nas famílias, nas escolas, nas instituições públicas e privadas, etc. Notoriamente, a base de todo esse processo construtivo e paradigmático é desencadeado pela assimilação educacional, gerado pela formação e informação da educação ambiental e, posteriormente, pela experimentação e vivência da educação apreendida. Contribuindo com esta reflexão, as ações de sensibilização e

conscientização para as questões ambientais requerem a persistência e a continuidade para este fim, como palestras, seminários, etc., desenvolvidas nos mais variados espaços organizacionais da sociedade. Não obstante, a participação em fóruns, conselhos, redes, comissões, cujos temas como agricultura, educação, desenvolvimento, tecnologia e meio ambiente norteiam as discussões sobre a sustentabilidade (SILVA, 2007).

A realização do trabalho, bem como a interação social que ele propicia, também contribui para o aprendizado. Sendo assim, um excelente campo de experimentação que necessita ser investigado com foco na sustentabilidade. As diretrizes da educação ambiental apresentam orientações quanto aos princípios, objetivos, linhas de ação e às estratégias de implementação, a qual é reconhecida por Porto (1996, p.8) como um instrumento onde “o indivíduo e a coletividade constroem valores sociais, conhecimentos, habilidades, atitudes e competências voltadas para a conservação do meio ambiente, bem como de uso comum do povo, essencial à qualidade de vida e sua sustentabilidade” (MMA, 2007).

Sociologicamente, percebe-se a diminuição dos impactos ambientais onde há instituições atuantes no sentido de promover a sustentabilidade das comunidades, cujos resultados vão sendo lentamente mapeados e identificados como sendo frutos do seu trabalho e engajamento social, sendo desta forma uma alternativa encontrada pela sociedade civil para assegurar alguns direitos que o Estado muitas vezes não consegue realizar.

Além disso, os projetos sociais e ambientais precisam ser construídos com os indivíduos, para que se tenha uma relação direta de responsabilidade, entendimento e cumprimento das ações a que se propõe o projeto. Dias (2003) menciona que uma das falhas mais comuns ao sucesso de projetos de educação ambiental se dá por conta da falta de envolvimento das pessoas em determinadas ações, onde muito mais do que a informação, a sensibilidade deve ser adquirida. “[...] o ser humano é movido por emoções. Caso elas não sejam estimuladas, a resposta não ocorre [...]” (DIAS, 2003, p. 126).

Corroborando com esta interpretação, a comunicação para que se apreendam competências requeridas no tocante à educação ambiental, buscamos a compreensão da autonomia do sujeito de poder potencializar suas práticas apreendidas, além de ser problematizadora e transformadora, conforme a citação:

O que busca com o diálogo, em qualquer hipótese (seja em torno de um conhecimento científico e técnico, seja de um conhecimento experimental) é a problematização do próprio conhecimento em sua indiscutível relação com a realidade concreta, na qual incide para melhor compreendê-la, explicá-la, transformá-la (FREIRE, 2004, 97).

O endomarketing pode ser definido como marketing interno, no sentido de que a comunicação, a formação e a informação das ações da empresa sejam trabalhadas com as equipes internas. O endomarketing deve preceder ao marketing externo, pois não adianta o oferecimento de excelentes produtos ou serviços, e no caso aqui sobre as ações socioambientais, antes que os funcionários da organização estejam prontos ou preparados para se relacionar com o mercado e a sociedade (KOTLER, 1993). Segundo Cerqueira Neto (1994, p.49), “o endomarketing significa marketing voltado para dentro da empresa, ou seja, consiste em um conjunto de ações e veículos de comunicação integrados para que os funcionários tenham e saibam de sua importância para alcançar o sucesso”.

Portanto, dialogar os conhecimentos sobre a redução de impactos ambientais, a comunicação, tanto interna como externa da empresa, de como potencializar as habilidades sobre a temática ambiental e ter atitudes que permitam a sustentabilidade é o paradigma com o qual estamos discutindo e promovendo: a educação ambiental para além da escola, para além dos lares. É a educação para a sustentabilidade no cotidiano em que vivemos, são nas teias sociais construídas e em constante formação, educando e promovendo mudanças de hábitos culturais que possam exercer rupturas com antigos paradigmas no uso desordenado de recursos naturais, além de outras mazelas que norteiam a sociedade mundial. Na seção a

seguir, apresentamos o método adotado, bem como os dados da pesquisa desenvolvida, para depois podermos refletir algumas mudanças possíveis nas empresas, nas organizações e na sociedade.

3. MATERIAIS E MÉTODOS

A pesquisa foi realizada inicialmente com um levantamento sobre a importância da educação ambiental na sociedade e posteriormente foi realizado um diagnóstico da percepção de alunos universitários sobre a educação ambiental, como também, um diagnóstico com os gestores das instituições onde estes alunos atuam. Para obtenção dos dados, foi aplicado um questionário quantitativo com estudantes de graduação em Administração (57) e um questionário qualitativo com os gestores das empresas onde estes alunos trabalham na Região Metropolitana de Porto Alegre. Buscamos analisar: o conhecimento dos entrevistados em relação à educação ambiental; como está sendo focada à temática dentro do seu ambiente de trabalho; a percepção que os mesmos têm sobre a importância do tema em questão. Os dados quantitativos foram plotados no Excel (Windows® versão 2007) e posteriormente analisados. Os dados qualitativos foram analisados pela técnica do Discurso do Sujeito Coletivo (DSC), desenvolvida por Lefrève e Lefèvre (2005). Ambas as informações foram interpretadas de forma compreensiva, considerando as opiniões dos entrevistados. De acordo com Prodanov (2005, p. 18), “a metodologia deve ser definida como um elemento facilitador da produção de conhecimento, uma ferramenta capaz de auxiliar a entender o processo de busca de respostas”. A seguir, apresentamos os resultados analisados, com base nos questionários respondidos pelos participantes da pesquisa.

4. RESULTADOS E DISCUSSÃO

A análise a seguir foi realizada a partir do questionário aplicado com os estudantes universitários. Dos 57 entrevistados 49 (86%) responderam que sabem o que é educação ambiental contra 5 (9%) que responderam não saber e 3 (5%) não responderam a questão (Figura 1).

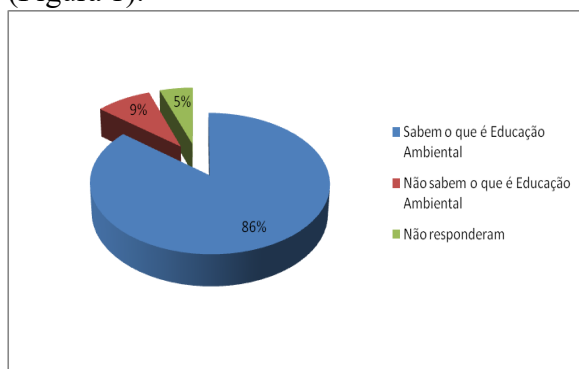


Figura 1: Você sabe o que é Educação Ambiental?
Fonte: Dados da Pesquisa

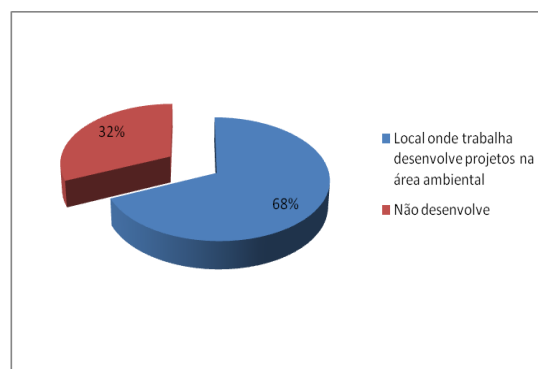


Figura 2: Empresa desenvolve projetos ambientais.
Fonte: Dados da Pesquisa

Dos 57 entrevistados 39 (68%) responderam que no local onde trabalham é desenvolvido algum projeto referente à educação ambiental, sendo que 18 (32%) disseram que no seu local de trabalho não é desenvolvido nenhuma atividade relacionada à temática (Figura 2).

Dentre os projetos desenvolvidos mencionados pelos entrevistados a reciclagem de lixo (13 (23%) indivíduos) e a separação de lixo (13 (23%) indivíduos) foram as duas respostas mais frequentes (Figura 3).

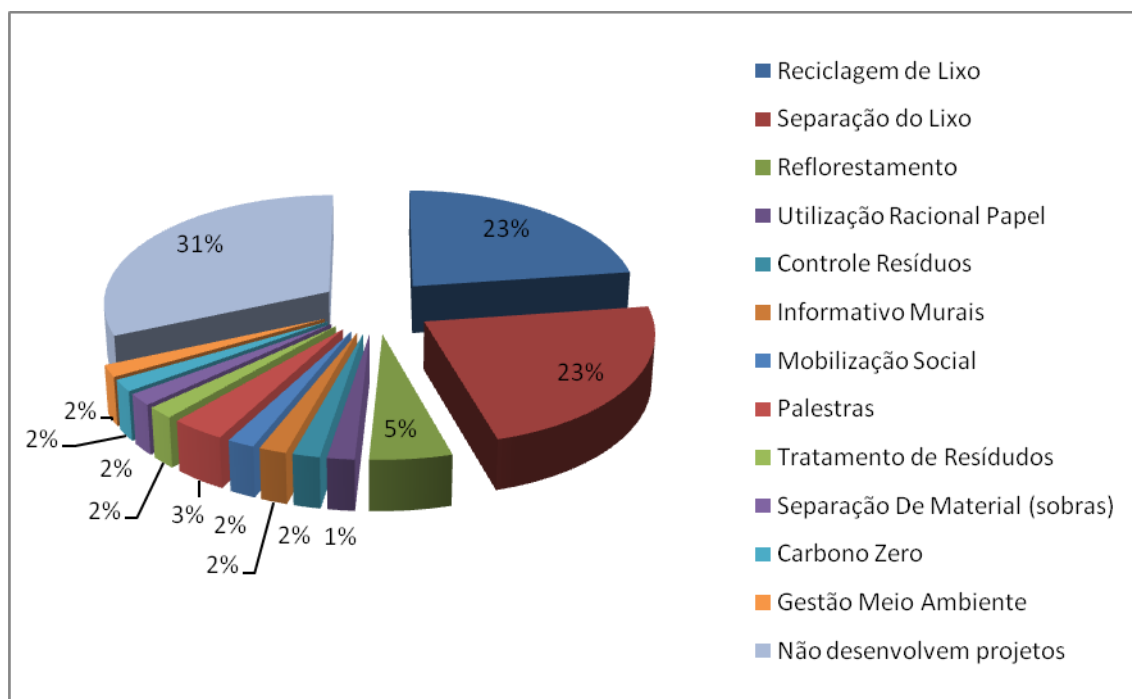


Figura 3: Projetos desenvolvidos no local de trabalho.

Fonte: Dados da Pesquisa

Os resultados referentes à reciclagem de resíduos contribuem para com o que os autores Sato e Santos (1996) e Cavalcanti (1995) salientam a necessidade de se resgatar cada vez mais a reciclagem das matérias primas, associada às políticas de otimização do uso de recursos hídricos e programas de eficiência energética. Também são relevantes tratamento de efluentes líquidos com contaminações químicas, programas de gestão de resíduos sólidos que facilitem e estimulem os procedimentos de reutilização e reciclagem e as ações de monitoramento atmosférico na emissão de poluentes no ar.

Este é o caminho da sustentabilidade, baseada no princípio básico de utilizar os recursos naturais sem comprometer a vida das gerações futuras. E os recursos naturais são finitos e precisam de uma abordagem responsável nas instituições que os utilizam, além de ações de diminuição de danos que são gerados. Esta preocupação ética e séria tende a germinar práticas de gestão ambiental nas instituições que consideram esta preocupação com a sustentabilidade como premissa para o planejamento estratégico organizacional.

Dos 57 entrevistados, 46 (81%) responderam que existem entraves para o avanço da educação ambiental no local de trabalho. Não obstante, a educação (conscientização) foi a resposta em maior frequência nas respostas dos entrevistados (Figura 4). Este resultado é de extrema importância e demonstra a contradição que permeia as instituições investigadas.

Há a afirmação de que a educação ambiental é importante para o desenvolvimento sustentável, contudo as práticas ainda estão em menor expressividade. Muitos dos entraves que possam existir estão em torno dos custos em pesquisa e tecnologia que as instituições precisam investir para que possam modificar sua postura frente à questão ambiental.

Todavia, há práticas simples de educação ambiental que podem ser praticadas no local de trabalho e que não necessitam de altos investimentos, mas sim de consciência e quebras de paradigmas, no sentido de assimilar novos hábitos culturais para a sustentabilidade.

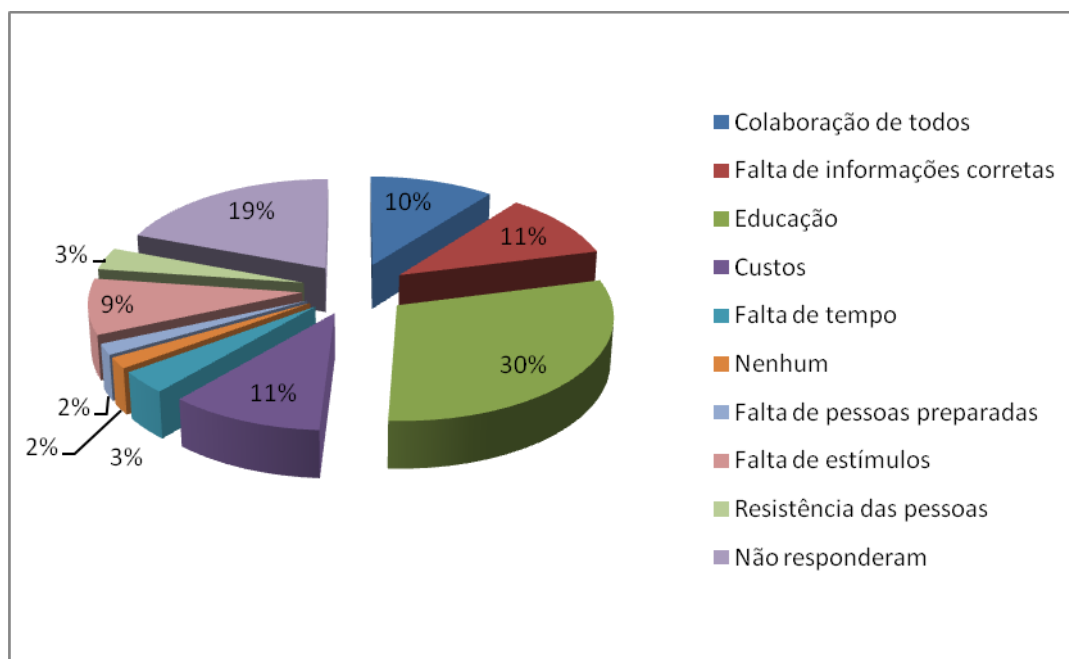


Figura 4: Dificuldades para o avanço do trabalho em EA dentro do local de trabalho.

Fonte: Dados da Pesquisa

A disseminação de uma consciência ambiental e de uma preocupação pública com o meio ambiente é um trabalho a ser desenvolvido pela educação, por meio de pessoas qualificadas e familiarizadas com a dimensão sociopolítica da vida coletiva, capazes por isto de envolverem-se com este novo componente da conduta moral. Os resultados apontam que 28 (49%) dos entrevistados não são incentivados para estarem desenvolvendo pequenos projetos/atitudes relacionados às questões ambientais, contra 26 (46%) que são incentivados (Figura 5).

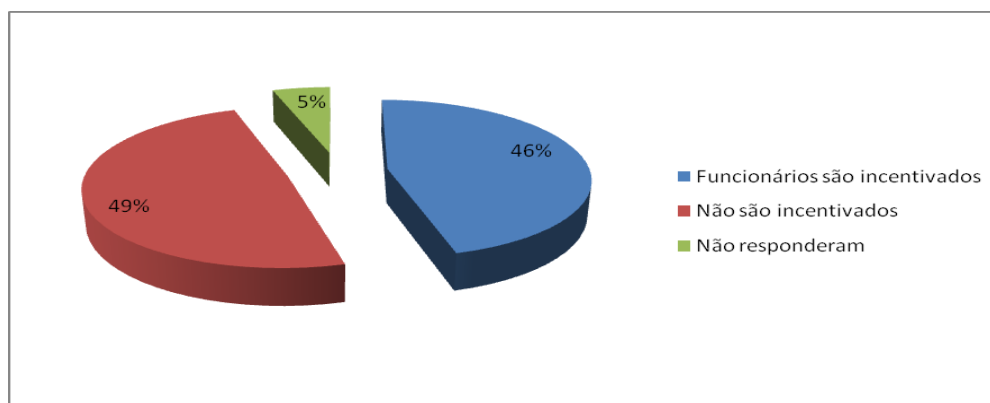


Figura 5: Incentivo funcionários - Projetos Ambientais/EA.

Fonte: Dados da Pesquisa

A identificação dos efeitos ambientalmente degradantes gerados pelas atividades no local de trabalho torna-se um diferencial para os trabalhadores, sendo esta competência seu diferencial no mercado de trabalho, e conseqüentemente, na sociedade. A partir disto, podem buscar ações e estratégias responsáveis, tais como os princípios da reciclagem, da separação prévia e da segregação correta dos resíduos, ciclo de reutilização de resíduos pós-consumo e suas tecnologias necessárias, (re)conhecimento dos produtos/serviços que lidam, além de estarem familiarizados com as rotinas a serem adotadas em situações de emergência. Isto facilitará sua sensibilização e convencimento para participar das soluções dos problemas.

Com base nos dados acima, em referência a percepção dos colaboradores das empresas, o quadro abaixo apresenta as análises qualitativas a partir dos dados coletados com os gestores das empresas. A partir do Discurso do Sujeito Coletivo – DSC busca-se compreender como os gestores compreendem a sua atuação nas empresas, por meio da gestão socioambiental.

Objetivo específico: Verificar como a educação ambiental contribui na implementação das ações estratégicas empresariais em relação às questões socioambientais e a percepção dos gestores frente a essas ações.		
Ancoragem: Tratamento dos resíduos e conscientização ambiental		
<i>Ideia Central</i>	<i>Expressões-chave</i>	<i>Discurso do Sujeito Coletivo - DSC</i>
<i>Educação Ambiental</i>	<p>Para conscientizar a humanidade de que o planeta é um ser vivo e necessita de permanente proteção.</p> <p>A Educação Ambiental serve para nos orientar e reeducar a fim de que possamos fazer e achar alternativas menos agressivas ao meio em que vivemos.</p> <p>Para mostrar ao cidadão o que ele poderá contribuir ao meio ambiente sem prejudicá-lo.</p> <p>Serve para as pessoas praticarem atos não prejudiciais a natureza.</p> <p>Para conscientizar o ser humano da necessidade de preservação do meio onde ele vive.</p> <p>Para esclarecer as pessoas sobre a necessidade de convivência com os recursos (finitos) naturais.</p>	DSC1 – A educação ambiental serve para orientar e conscientizar os cidadãos da necessidade de preservação do meio ambiente.
<i>Desafios sobre a EA nas organizações</i>	<p>As pessoas ainda usam muitas sacolas plásticas, jogam lixo no chão e outros.</p> <p>Acúmulo de resíduos e volume de banhos de água no processo de couro.</p> <p>Geração de resíduos, água, evaporação de produtos químicos que vão para o ar.</p> <p>Descarte do lixo (baterias)</p> <p>Dificuldade de implementar e dar continuidade à separação dos lixos.</p>	DSC – A geração de resíduos e o seu destino, que muitas vezes, não é feito corretamente, além do manuseio de resíduos químicos, que podem contaminar o meio ambiente.
<i>Ações Empresariais de EA</i>	<p>Procuramos conscientizar quanto aos cuidados como uso controlado da água e energia, otimização de alimentos e recursos em sua totalidade. O lixo estar bem armazenado.</p> <p>Estudo de tecnologia limpa no processo produtivo e redução de volume de efluentes.</p> <p>Uma delas seria a separação de lixo.</p> <p>Faz tratamentos e procura conscientizar as pessoas a seguirem as regras sobre o tema.</p> <p>Conscientiza os funcionários para a separação do lixo e descartar corretamente o mesmo.</p> <p>Separa o lixo sob orientação (lixo ou restos de produção).</p>	DSC – Conscientizar os funcionários para a separação do lixo e quanto aos cuidados do uso controlado da água e energia, otimização de alimentos e recursos em sua totalidade, bem como o descarte correto dos resíduos.
<i>Atitudes de EA</i>	<p>Procuo sempre usar todos os recursos com cuidado.</p> <p>Alertar que o planeta tem a vida, como nós.</p> <p>Incentivando os colegas.</p> <p>Através do contato direto (orientações) das pessoas que estão próximas.</p> <p>Oriento as pessoas a ter consciência do Meio Ambiente.</p> <p>Diretamente, implantando sistemas e orientando os empregados a segui-los.</p>	DSC – Oriento as pessoas a ter consciência do Meio Ambiente e procuro sempre usar todos os recursos com cuidado.
<i>Problemas ambientais no ambiente de trabalho.</i>	<p>Precisamos alertar as pessoas sobre a importância de não desperdício em tudo.</p> <p>O não envolvimento de muitos técnicos de produção, na conservação e aplicação para outros funcionários,</p>	DSC - A separação incorreta dos resíduos e o destino dos restos de produção, além do não envolvimento de muitos técnicos de produção, na

	<p>referindo-se a limpeza e elaboração de planos de ação. A separação incorreta dos resíduos. Poluição dos rios, lixo nas ruas, desmatamento, pouca preservação das áreas naturais. O principal que está sendo discutido agora é a separação adequada dos resíduos.</p>	<p>conservação e aplicação para outros funcionários.</p>
<p>Ações importantes para a sustentabilidade.</p>	<p>Precisamos alertar as pessoas sobre a importância de não desperdiçar em tudo. Ações como palestras, conscientização da população e das entidades governamentais, a não exploração do meio ambiente para fins lucrativos e muitos outros exemplos. Reaproveitamento da água nas indústrias e nas próprias casas. Ações que visem fortalecer os valores éticos e morais de cada indivíduo. Recuperação da mata ciliar dos rios, limpeza das ruas e tratamento de esgoto. Lixo e água devem ser atacados de forma séria, pois inclusive, estão correlacionados.</p>	<p>DSCI – Orientação e conscientização das pessoas, palestras e não explorar o meio ambiente, tratando as questões de degradação ambiental de forma séria.</p>
<p>Estratégias de EA.</p>	<p>Procuo sempre usar todos os recursos com cuidado. Alertar que o planeta tem vida, como nós. A empresa tem por objetivo metas a serem cumpridas e um plano ação em relação à tecnologia limpas, sendo menos agressivas no meio ambiente. Separar o lixo; evitar a proliferação das queimadas e desmatamentos; destino adequado para os produtos inflamáveis. Ter um caráter permanente, incentivando a responsabilidade que cada indivíduo possui no sentido de permitir a sensibilidade do planeta. Comunicando para os funcionários para onde serão encaminhados motor/plásticos – reciclagem; conscientização diária. Além das já citadas, evitamos o excesso de consumo de energia. A preocupação com o uso adequado de energia está diretamente ligada à questão ambiental. Latas são destinadas para a reciclagem, bem como papéis e papelões. Estamos em constante contato com todas as partes do processo produtivo, buscando esclarecer sobre a necessidade da participação de todos na separação e destino dos resíduos.</p>	<p>DSC – Procuo sempre usar todos os recursos com cuidado. Separar o lixo; evitar a proliferação das queimadas e desmatamentos; e destino adequado para os produtos inflamáveis. Estas ações devem ter caráter permanente, no sentido de preservarmos o planeta.</p>

Quadro 1: Análise do DSC.

Fonte: Dados da Pesquisa

Com base nas informações do Quadro 1, verifica-se que em relação a EA o DSC “[A educação ambiental serve para orientar e conscientizar os cidadãos da necessidade de preservação do meio ambiente]”, demonstra que por parte dos gestores a conscientização é a estratégia de melhor relevância e significado nas instituições. Este entendimento vai ao encontro das ideias defendidas por Porto (1996), quando ele afirma que a EA serve de orientação quanto aos princípios, objetivos e práticas de implementação de ações que promovam a preservação ambiental. Contudo, se formos analisar o gráfico gerado a partir dos questionários, verifica-se que os funcionários não percebem as ações socioambientais desenvolvidas nas empresas. Neste sentido, o endomarketing está deficiente neste processo, uma vez que os gestores divulgam que há ações na empresa, contudo, os clientes internos (funcionários) desconhecem.

Outra questão importante de análise é em referência à geração e destino dos resíduos. No DSC percebe-se muita preocupação com esta questão, por parte dos gestores, principalmente no descarte. Pode-se inferir que esta preocupação está intimamente relacionada com a gestão socioambiental, que a empresa busca realizar. Todavia, a educação ambiental está precária, pois na fala do DSC [*A separação incorreta dos resíduos e o destino dos restos de produção, além do não envolvimento de muitos técnicos de produção, na conservação e aplicação para outros funcionários*], verifica-se a resistência para com o cuidado com o ambiente e a dificuldade de criar um novo *habitus* que promova a sustentabilidade, análise esta que corrobora com os dados das Figuras 1 a 5.

Em relação com o mercado externo às empresas, nota-se muito a questão do marketing verde, no sentido de divulgar as ações desenvolvidas, o que se percebe pelo DSC [*Conscientizar os funcionários para a separação do lixo e quanto aos cuidados do uso controlado da água e energia, otimização de alimentos e recursos em sua totalidade, bem como o descarte correto dos resíduos*], que contribui para compreender que as empresas investigadas relatam como sendo práticas de EA, contudo, a falta de eficácia nesta atividade não gera a distinção e o *habitus* em prol da sustentabilidade. Ou seja, os dados apontam que o social (os trabalhadores) não se desenvolve para poder contribuir com o ambiental (cuidados com o meio ambiente), na relação dialética da gestão socioambiental.

A seguir, algumas reflexões para estudos futuros são apontadas, bem como apontamentos importantes para entendermos a gestão socioambiental organizacional.

5. REFLEXÕES ACERCA DA PESQUISA

Ao se pensar a educação ambiental em uma organização, Hart (1996) orienta que seja contínua e permanente. Para a implantação de um programa de educação ambiental busca-se cumprir algumas fases que são: *sensibilização, mobilização, informação e ação* dessas fases. Por sua vez, o referido autor defende que o processo de busca da sustentabilidade a ser adotado pelas empresas se desenvolve por uma sequência de três estágios fundamentais, nos quais as empresas potencializam a busca de eficiência, sempre voltadas à sustentabilidade: a prevenção da poluição (que envolve a mudança do controle para a prevenção e a eliminação de poluentes antes da formação dos mesmos), a zeladoria de produtos (que envolve a administração dos impactos ambientais destes produtos durante todo o ciclo de vida que percorrem e o projeto de produtos mais fáceis de serem recuperados, reutilizados e reciclados) e, por fim, a utilização de tecnologias limpas, ambientalmente sustentáveis.

Frente ao estudo realizado referente à EA como sendo uma ferramenta de auxílio à gestão sociambiental, que a EA pode ser promovida nas mais variadas estruturas sociais, nós podemos refletir sobre alguns aspectos, como por exemplo, em relação aos projetos ambientais desenvolvidos pelas empresas e/ou organizações. Os dados da pesquisa apontam que os sujeitos (trabalhadores) reconhecem que há políticas de educação ambiental e desenvolvimento sustentável, embora não visualizam essas ações, além de não saberem ao certo quais são elas, como são desenvolvidas, impactos gerados, etc. De acordo com Freire (2004), enquanto não houver diálogo entre os sujeitos sobre as ações, políticas e estratégias de educação e formação, aqui no caso para a educação ambiental, poucos impactos consideráveis positivos serão atingidos, e cada vez mais o uso de recursos em vão, sejam eles econômicos, sociais, temporais, etc.

Outra reflexão pertinente é pensar sobre a possibilidade das organizações serem agentes potencializadores da mudança social para as questões ambientais. Este é um desafio para os gestores compreenderem em que medidas estas práticas condizem com a ideologia de cada instituição. Falamos sobre esta crítica, pois percebemos que muitas destas estruturas,

sejam quais forem, acabam sendo burocratizadas, aprisionadas a demandas organizativas, prejudicando a execução dos projetos.

Analisar a racionalidade que permeia os projetos socioambientais, a condução e gestão dos mesmos, as formas de financiamento e as articulações realizadas merecem atenção especial dos acadêmicos que se interessam pela temática, como também nós, pertencentes a sociedade civil, no sentido de investigar as verdadeiras intenções a que eles se propõem. Evidentemente que há instituições que exercem em graus mais elevados suas estratégias de ação, demonstrando confiabilidade e transparência à população e apresentando dados avaliativos pertinentes as ações executadas. Quando não há uma clara demonstração dos resultados atingidos, a organização pode estar com falhas metodológicas de análise e condução das propostas ou pode estar com outras intenções contrárias ao projeto inicial.

As instituições que desenvolvem a gestão socioambiental para fora da instituição, ou seja, que se vale de marketing social e ambiental (verde) pode ser foco de análise de investigação e pesquisa, ou seja, a principal estratégia está ligada ao entendimento que as ações devem ser voltadas para o interior da empresa, trabalhando o endomarketing e a percepção dos colaboradores frente ao *habitus* organizacional. Salientamos que estas estratégias também são pertinentes de análise, no sentido de verificar se: 1) existe responsabilidade social dentro da empresa? 2) há investimento por parte da empresa em alguma política de assistência social? 3) pode ser apenas uma forma de receber isenção fiscal? 4) como a empresa se apropria da comunicação para promover os seus projetos sociais, podendo manipular as ações de *marketing* e o público atingido com vistas a aumentar suas vendas e faturamento.

Kinlaw (1997) destaca que as organizações que permanecerem inativas e resistirem à adaptação ao desempenho ambiental responsável estarão aplicando uma estratégia insustentável e não sobreviverão. Moura (2002) destaca que a implantação de um Sistema de Gestão Ambiental é uma das melhores formas de melhorias do desempenho ambiental, destacando o diagnóstico da empresa, a fixação de metas e o estabelecimento de métodos para atingir as metas como principais funções. Para isso, há a necessidade de um planejamento estratégico claro e definido, com metas e ações que tragam impactos no ambiente interno (organização) e externo (sociedade e meio ambiente), (re)fortalecendo o compromisso das pessoas e suas relações sociais com as causas ambientais. Assim, há a melhora da imagem corporativa da instituição, aumento de novos negócios, tende a ser exemplo para outras instituições, além de proteger os recursos naturais para as gerações futuras.

Além disso, as instituições que não mudarem sua postura na sociedade e, sobretudo por não privilegiar a melhor utilização dos recursos naturais, terão sua imagem corporativa ameaçada perante a sociedade (LEITE, 2009). Evidentemente, o consumo realizado por indivíduos educados e instruídos para a sustentabilidade, tende a adquirir produtos e serviços de instituições que investem na gestão sociambiental. Nesta relação de educação ambiental, cultura e consumo, as pessoas tendem a exigir das instituições ações e projetos que enfoquem a sustentabilidade. Consequentemente, as organizações que não se adaptarem às demandas e necessidades da sociedade, tenderão a entropia negativa, ou seja, a falência. Portanto, toda e qualquer ação que se promova a sustentabilidade, seja ela econômica, social ou ambiental, desenvolvida por qualquer ator social, projeta melhor visibilidade e contribui para a mudança cultural. São hábitos que precisam ser praticados, desenvolvidos e experimentados, para que se possam construir valores que vão para além do “compra-uso-disponha”, tão difundido pelo capital e assimilado nas práticas da sociedade. A mudança faz-se necessária, urgentemente, buscando mudanças de atitudes e práticas cotidianas. A cada nova repetição de uma prática para a sustentabilidade, esta ação é reelaborada, aperfeiçoada, testada e divulgada para outras pessoas, familiares, amigos, colegas de trabalho, tornando-se com o tempo e com o *habitus*, uma cultura que pode contribuir com a melhora das condições de vida (recursos hídricos,

atmosféricos, etc). Esta mudança está em nós, na vontade de ir para além do que já é feito e estabelecido por normas e legislações. Acreditamos que a conscientização ambiental já é presente nas organizações pesquisadas, porém há deficiências nas suas práticas que mostrem como a reflexão foi assimilada e projetada em dados concretos e reais, com impactos positivos no meio ambiente.

A educação ambiental, portanto, pode contribuir para o processo de transformação da sociedade atual em uma sociedade sustentável, centrada no exercício responsável da cidadania, que considere a natureza como um bem comum, leve em conta a capacidade de regeneração dos recursos materiais, promova a distribuição equitativa da riqueza gerada e favoreça condições dignas de vida para as gerações atuais e futuras (SADER, 1992). Essas são algumas reflexões que podem auxiliar na melhora das questões sociais, ambientais, políticas e econômicas das populações futuras, que podem sofrer graves consequências dos erros cometidos no presente.

REFERÊNCIAS

- BOURDIEU, Pierre. **A distinção: crítica social do julgamento**. São Paulo/Porto Alegre, EDUSP/Zouk, 556 p. 2007.
- CALDERONI, Sabetai. **Os bilhões perdidos no lixo**. São Paulo: Humanitas, 1998.
- CAVALCANTI, Clóvis. **Desenvolvimento e natureza: estudos para uma sociedade sustentável**. São Paulo, Cortez Editora, 429 p. 1995.
- DIAS, G.F. **Educação ambiental: princípios e práticas**. São Paulo, Gaia, 1992.
- DIAS, G.F. **Atividades interdisciplinares de educação ambiental**. São Paulo: Global, 1994.
- DIAS, G. F. **Educação ambiental: princípios e práticas**. 8. ed. São Paulo: Gaia, 2003.
- EREZ, M. e GATI, E. A dynamic, multi-level model of culture: from the micro level of the individual to the macro level of a global culture. **Applied Psychology**, v. 53, n. 4, p.583-598, 2004.
- FREIRE, Paulo. **Pedagogia da autonomia: saberes necessários à prática educativa**. 30ª edição. São Paulo: Paz e Terra, 2004.
- HART, S.L. Beyond Greening: Strategies for a sustainable world. **Harvard Business Review**, Jan-Fev, p. 67-76, 1996.
- KINLAW, D. **Empresa competitiva e ecológica – desenvolvimento sustentado na era ambiental**. São Paulo. Makron Books, 1997.
- KOTLER, P. **Princípios de marketing**. Rio de Janeiro: Prentice-Hall do Brasil, 1993.
- LEFÈVRE, Fernando; LEFÈVRE, Ana Maria Cavalcanti. Princípios básicos e conceitos fundamentais do discurso do sujeito coletivo. In: LEFÈVRE, Fernando; LEFÈVRE, Ana Maria Cavalcanti; TEIXEIRA, Jorge Juarez Vieira. **O discurso do sujeito coletivo: uma nova abordagem metodológica em pesquisa qualitativa**. Caxias do Sul: Universidade de Caxias do Sul, 2005. p.13-35.
- LEITE, Paulo Roberto. **Logística reversa: meio ambiente e competitividade**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2009.
- MARRAS, Jean P. **Administração de recursos humanos: do operacional ao estratégico**. São Paulo: Futura, 2000.

- MCDONALD, P. e GANDZ, J. Identification of values relevant to business research. **Human Resource Management**, v. 30, n. 2, p. 217-236, 1991.
- MILARÉ, Édís. **Direito do ambiente**: doutrina, jurisprudência, glossário. 3 ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2004.
- MINISTÉRIO DO MEIO AMBIENTE. **Site institucional**. Disponível em: <http://www.mma.gov.br>; acessado em 12 de agosto de 2011.
- MOURA L. A. A. **Qualidade e Gestão Ambiental**. São Paulo, Juarez Oliveira, 2002.
- PAARLBERG, L. E. e PERRY J. L. Values management aligning employee values and organization goals. **The American Review of Public Administration**. v. 37, p. 387-408, 2007.
- PORTO, Marcovan et al. **Atlas do meio ambiente do Brasil**: Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária. 2. ed. Brasília: Terra Viva, 1996.
- REIGADA, C.; REIS, M.F.C.T. **Educação Ambiental para crianças no ambiente urbano**: uma proposta de pesquisa-ação. *Ciência & Educação*, v.10, n.2, p.149-159, 2004.
- SADER, E. A ecologia será política ou não será. In: GOLDENBERG, M. org. **Ecologia, ciência e política**: participação social, interesses em jogo e luta de idéias no movimento ecológico. Rio de Janeiro: Revan, p. 135-42,1992.
- SATO, M.; SANTOS, J. E. **Agenda 21 em sinopse**. São Carlos, 1996. 41 p. Programa de Pós-Graduação em Ecologia e Recursos Naturais, Universidade Federal de São Carlos.
- SEIFFERT, M. E. B. **Gestão ambiental**: instrumentos, esferas de ação e educação ambiental. São Paulo: Atlas, 2010.
- SILVA, Mauricilia Pereira da. **Educação ambiental nas empresas**: um processo necessário. Agência Amazônica, 2007. Disponível em:<http://www.agenciaamazonia.com.br/index.php?option=com_content&task=view&id=508&Itemid=32>. Acesso em: 10 ago. 2016.
- TAMAYO, A. e GONDIM, M. Escala de valores organizacionais. **Revista de Administração**, v. 31, n. 2, p. 62-72, 1996.
- VASCONCELLOS, J.M.O. Educação ambiental e interpretação: o fortalecimento das pilares das UC. In: Congresso de Unidades de Conservação, 3, 2002, Fortaleza. **Anais**. Fortaleza: Rede Nacional Pró-Unidade de Conservação: Fundação Boticário de Proteção à Natureza : Associação Caatinga, p. 869-870, 2002.
- VEIGA, José Eli da; RATTNER, Henrique. **Desenvolvimento sustentável**: histórico/conceito. São Paulo, 2006. Disponível em:<http://www.economia.net/economia/3_desenvolvimento_sustentavel_conceito.html>. Acesso em: 12 ago. 2016.