

Débora Cristina Dias Pinto

Faculdade Anhanguera do Rio Grande

debor_diasp@hotmail.com

Luciano Maciel Ribeiro

Faculdade Anhanguera do Rio Grande

luciano.ribeiro@unianhanguera.edu.br

GESTÃO DE PROJETOS AMBIENTAIS: RESPONSABILIDADE SOCIAL TRANSFORMADA EM DIFERENCIAL COMPETITIVO

RESUMO

A questão ambiental é hoje, motivo de preocupação mundial. Não obstante a essa realidade, objetivamos apresentar argumentos que ressaltem a importância da preservação do meio ambiente, salientando a relação homem/natureza e os efeitos da interferência de um sobre o outro. Tece ainda, considerações sobre o quão importante é o papel das empresas nesta temática, apontando idéias de diversos autores acerca da utilização da gestão de projetos ambientais como estratégia de negócios, e as vantagens competitivas das empresas engajadas com a causa ambiental e com o meio no qual estão inseridas, e ainda outros pontos que integram a cerne da questão ambiental, tão importante nos dias atuais.

Palavras-Chave: meio-ambiente; preservação ambiental; sustentabilidade; responsabilidade social; diferencial competitivo.

ABSTRACT

The environmental issue is currently the subject of worldwide concern. Despite this reality, we aim to present arguments that underscore the importance of preserving the environment, emphasizing the relationship between humanity and nature and effects of interference on one another. Also this issue comments, observations about the importance and the role of business in this issue, pointing out ideas of several authors on the use of project management and environmental business strategy; competitive advantages of companies engaged in the environmental cause place where are located; and other points that make up the core of the environmental issue, as important nowadays.

Keywords: environment; environmental preservation; sustainability; social responsibility; competitive edge.

Anhanguera Educacional Ltda.

Correspondência/Contato
Alameda Maria Tereza, 2000
Valinhos, São Paulo
CEP 13.278-181
rc.ipade@aesapar.com

Coordenação
Instituto de Pesquisas Aplicadas e
Desenvolvimento Educacional - IPADE

Informe Técnico
Recebido em: 2/3/2009
Avaliado em: 20/5/2011

Publicação: 25 de agosto de 2011

1. INTRODUÇÃO

O termo preservação ambiental tem sido muito utilizado nos últimos tempos, não só pelos prejuízos causados ao meio ambiente pela humanidade, mas também pela resistência dos EUA e da China, duas grandes potências econômicas e também os maiores responsáveis no planeta pela emissão de CO² – causador do aquecimento global, em se comprometerem com a redução dessa emissão e com a causa ambiental.

Muito se discute sobre o tema, porém, é necessário refletirmos sobre o quanto estamos realmente comprometidos com a causa ambiental. Será que nossas atitudes são fruto de uma consciência ecológica ou caímos no vão do “politicamente correto”?

A globalização realizou transformações profundas na sociedade como um todo. Instalou-se a busca desenfreada pelo progresso científico, econômico e social, sem dar a devida atenção à questão ambiental. É como se os objetivos da humanidade tivessem que ser alcançados a qualquer preço. Talvez nem houvesse, há tempos atrás, consciência dos danos causados, uma vez que se acreditava que a natureza era inesgotável. Levou-se muito tempo para perceber o tamanho do estrago e as consequências causadas ao meio ambiente, e essa demora só fez agravar a situação.

A degradação ambiental emerge do crescimento e da globalização da economia. Essa escassez generalizada se manifesta não só na degradação das bases de sustentabilidade ecológica do processo econômico, mas como uma crise da civilização que questiona a racionalidade do sistema social, os valores, os modos de produção e os conhecimentos que o sustentam. (LEFF, 2004, p. 56)

Quando se tomou ciência dos danos causados, percebeu-se que, ao contrário do que se imaginava até aquele momento, a natureza era um bem esgotável e não-renovável. A partir daí, começa um processo de conscientização da sociedade perante essa nova realidade. E, para que haja conscientização, é preciso educar, ou seja, criar nos indivíduos um senso crítico, torná-los capazes de analisar uma situação e posicionar-se diante dela. Dentro desse contexto, o termo “Educação Ambiental” nos remete à elaboração de propostas pedagógicas, visando à formação de cidadãos capazes de desenvolver uma opinião crítica, contribuindo para a solução ou, ao menos, a amenização dessa problemática com que nos deparamos.

No centro dessa realidade, estão as empresas. Ser uma empresa preocupada com o meio ambiente e engajada socialmente é, hoje, mais do que uma necessidade: é uma condição básica para se manter no mercado. A sociedade tem cobrado das empresas uma postura de responsabilidade social e ambiental, ou seja, um comportamento ético e transparente, que vai muito além do politicamente correto.

Sobre a parcela de culpa das empresas com relação à problemática ambiental, Leff discorre:

O custo social da destruição ecológica e da degradação ambiental gerada pela maximização do lucro e dos excedentes econômicos a curto prazo deram pois impulso à emergência de novos atores sociais mobilizados por valores, direitos e demandas que orientam a construção de uma racionalidade ambiental. (2004, p. 96)

Uma boa parcela desses novos atores sociais são os consumidores, que, movidos por valores sociais e preocupados com a repercussão de seus atos no meio ambiente, vêm optando pelo consumo consciente. Esse posicionamento fez crescer significativamente o chamado “mercado verde”, formado por consumidores que prezam pela conservação do meio ambiente e optam por bens e serviços de empresas engajadas nessa causa (DONAIRE, 1999).

Assim, desenvolver projetos ambientais e sustentáveis dentro das empresas tornou-se uma grande estratégia de negócios, rendendo, além de uma boa imagem junto à sociedade e aos seus colaboradores, grandes lucros.

Visando atender essa nova realidade, as empresas recorrem à gestão de projetos como forma de otimizar recursos e satisfazer as expectativas desse novo mercado consumidor, de forma eficiente e planejada.

Assim, o objetivo deste trabalho é mostrar o quão importante é o desenvolvimento de projetos ambientais dentro das empresas, indo muito além da satisfação de exigências do mercado, mas salientando todos os pontos positivos dessa nova demanda que se apresenta.

2. A EVOLUÇÃO DO MOVIMENTO ECOLÓGICO

Pode-se dizer que o movimento ecológico é uma reação social ao advento do capitalismo e da globalização em si. À medida que a degradação da natureza, causada pelo chamado “crescimento econômico”, foi se tornando pública, foram nascendo os movimentos ecológicos, que visam chamar a atenção para esse problema. Na Inglaterra, esse movimento se inicia no século XVIII, com o surgimento “das novas sensibilidades para com a natureza”. Nos Estados Unidos, o movimento veio a se intensificar no século XIX, à medida que os efeitos iam se tornando cada vez mais notórios (FREITAS; RUSCHEINSKY, 2003).

O sentimento ecológico conservacionista foi se constituindo pouco a pouco, à medida que o próprio modelo capitalista deixava marcas cada vez mais profundas dos seus efeitos. Mas o período que se segue à Segunda Guerra Mundial representa um marco

nessa trajetória. A perplexidade da humanidade diante da tragédia de Hiroshima e Nagasaki e a percepção da capacidade de autodestruição reforçaram o sentimento de consciência ecológica ou de crise ecológica (FREITAS; RUSCHEINSKY, 2003). Porém, o movimento emergiu de forma significativa nos anos 60, abrangendo desde os militantes ecologistas até os estudiosos da questão ambiental.

Segundo Freitas e Ruscheinsky (2003), no Brasil, o interesse pelas questões ecológicas surgiu nos anos 50, com o trabalho da Associação de Defensores da Fauna e da Flora, a ADEFLOFA, que era formada por um grupo de cientistas. Na década de 1960, o movimento ambientalista mundial se deu conta da fragilidade do planeta através dos relatos das experiências dos cosmonautas.

Na década seguinte, o país aderiu à chamada “onda verde”, agregando vários setores dos movimentos sociais à causa ambiental. Saito destaca esse momento de popularização do movimento ambientalista:

É importante assinalar que a ampliação do espaço de debate sobre as questões ambientais não se deu apenas por força dos movimentos ambientalistas nacional e internacional. O próprio momento político é fundamental para isso, pois a retomada em larga escala dos movimentos coletivos pela democratização do país favorece a expansão e a consolidação da educação ambiental e sua inserção na agenda nacional de debates. A sociedade civil se organiza, associações comunitárias e grupos de defesa de interesses temáticos proliferam, dando ao ambientalismo novos contornos, inclusive se popularizando. (2002, p. 49)

Nos anos 90, o movimento ambientalista foi impulsionado pela realização da Rio 92, uma reunião de cúpula em prol da questão ambiental. Em 1999, surgiu a Lei nº 9.795, que estabeleceu no Brasil a Política Nacional de Educação Ambiental. E assim fomos nos moldando, até chegar ao contexto atual.

Cascino discorre sobre esse novo momento da Educação Ambiental:

Hoje, portanto, podemos entender a EA como um momento da educação que privilegia uma compreensão dos ambientes de maneira não excludente, não maniqueísta. Ou seja, que privilegia as relações democráticas que respeitam o indivíduo e o grupo, buscando na reapropriação da natureza pelo homem a reconstrução de valores em ambos, permitindo que novas necessidades coexistam no respeito e na harmonia, no conflito e na incorporação das divergências, no constante encontro / desencontro promovido pelo diálogo. (2000, p. 60)

Assim, ainda temos muito que mudar quanto ao comportamento e muito que aprender quanto à preservação ambiental, mas esse breve relato mostra que estamos no caminho certo e que tudo é uma questão de consciência ecológica, de saber que cada “pouco” realizado individualmente significa muito quando somado aos demais.

3. A DESIGUALDADE SOCIAL COMO CAUSA DA DEGRADAÇÃO AMBIENTAL

Não há como não relacionar a consciência ambiental e o grau de comprometimento ecológico dos indivíduos com a sua classe social. Quanto menos condições de sobrevivência as pessoas tiverem, menos elas se importarão em preservar o meio em que vivem. As camadas mais pobres da sociedade têm como prioridade a sobrevivência em si, desconsiderando os demais fatores, tornando-se impossível cobrar uma consciência ecológica de pessoas que sequer possuem água potável e tratamento de esgoto em suas residências.

Assim, “à medida que a economia mundial cresce, alarga-se o fosso entre ricos e pobres – seja entre países, seja entre grupos populacionais dentro de um mesmo país” (ALMEIDA, 2008, p. 61).

As diferenças econômicas acabam afastando a humanidade de um objetivo importante, que é o desenvolvimento sustentável, conforme afirma Franco:

O crescimento da população mundial, as largas diferenças entre poder econômico e político contribuem para deterioração ambiental, que, por sua vez, altera tanto a vida das pessoas quanto a estabilidade política e econômica mundiais. Mesmo assim, as atuais políticas de governo passam por cima dos problemas, distraindo a atenção pública, e, às vezes, nem sequer os notam, o que distancia cada vez mais as possibilidades do tão almejado desenvolvimento sustentável. (2001, p. 24)

Logo, deveria partir do governo a solução da problemática ambiental, através de iniciativas para amenização e posterior erradicação da pobreza que se instaurou no mundo e que se agrava diariamente devido ao crescimento desenfreado da população mundial. Leff complementa esse raciocínio:

A problemática ambiental converteu-se numa questão eminentemente política. Os conflitos socioambientais emergem de princípios éticos, direitos culturais e lutas pela apropriação da natureza que vão além da internalização dos custos ecológicos para assegurar um crescimento sustentado. (2004, p. 45)

Assim, criar uma consciência ambiental na sociedade também passa por dar a esta mesma sociedade condições mínimas de sobrevivência, pois a pobreza é um dos fatores que afetam diretamente a preservação do meio ambiente. Sobre isso, Guimarães e Tomazello acrescentam:

A crise ambiental é um dos grandes desafios globais da humanidade, e, mais que soluções técnicas, requer normalmente soluções educacionais que se configurem em mudança de hábitos, valores e atitudes. Não podemos deixar de dizer que em nosso país (como em muitos outros do planeta), as implicações sociais e econômicas têm grande peso, pois questões primárias de sobrevivência devem ser resolvidas. (2003, p. 56)

Outro fator que precisa ser considerado é que meio ambiente e sociedade estão diretamente interligados, ou seja, todos os danos causados ao meio ambiente se reverterão, automaticamente, em mal às pessoas que nele vivem: “O crescimento da população mundial, as largas diferenças entre poder econômico e político contribuem

para a deterioração ambiental, que por sua vez, altera tanto a vida das pessoas quanto a estabilidade política e econômica mundiais”, alerta Franco (2001, p. 43).

Para Gonzalez e Novicki (2003), a relação homem-natureza é dialética: o homem, ao interagir com os recursos naturais, causa impactos (em maior ou menor grau) na natureza, que, por sua vez, promove alterações em nosso modo de vida.

Saito reforça a ideia de que sociedade e natureza estão interligados e alerta quanto ao caminho para a resolução da problemática ambiental:

A exploração predatória do meio ambiente não pode ser impedida com a simples imposição da ideia de intocabilidade, contenção ou retração do uso do ambiente; exige, isto sim, a inclusão social e econômica de forma a buscar o bem-estar social para todos. Meio ambiente e sociedade encontram-se intimamente associados; por isso, é necessário compreender a problemática ambiental na sua complexidade. (2002, p. 51)

Loureiro acrescenta sua visão sobre as relações entre homem e natureza, ressaltando a importância de uma mudança de comportamento da humanidade:

As relações sociais envolvem não só interações entre indivíduos, grupos ou classes sociais, mas compreendem as relações desses com a natureza. Logo, pensar a transformação da natureza implica refletir acerca da transformação do indivíduo, sendo tal mudança constituída em cada fase da existência social. O modo como nos inserimos em um ambiente é essencialmente um conjunto de relações sociais; portanto, uma alteração radical nessas relações depende de uma mudança estrutural da sociedade em questão. (2000, p. 16)

4. A CRIAÇÃO DE UMA CONSCIÊNCIA AMBIENTAL

Falar em degradação do meio ambiente é, automaticamente, atribuir aos indivíduos sua parcela de culpa. Sim, somos nós os responsáveis pela situação em que hoje nos encontramos, uma vez que, desde os primórdios da humanidade, os homens sobrevivem utilizando todos os recursos ambientais disponíveis. Quando estes se tornavam escassos, os homens migravam para outras áreas geográficas em busca de mais recursos. Com o passar do tempo, essa busca por mais e melhores recursos deixou de ser uma questão de sobrevivência e passou a ter uma conotação de poder e riqueza.

Para Pedrini, “A prepotência e a arrogância com que o homem tratava o seu meio, tornava-o cego ao óbvio: os recursos ambientais são finitos, limitados e estão dinamicamente inter-relacionados” (1998, p. 21).

Assim, “a temática da preservação incide sobre a perspectiva da participação cidadã, a inclusão social, a melhoria da qualidade de vida e do meio ambiente, entre outros conceitos presentes nas Agendas governamentais e dos movimentos sociais” (FREITAS; RUSCHEINSKY, 2003, p. XX).

Saito (2002) afirma que, para imprimir às práticas de educação ambiental um caráter transformador da realidade, são necessários quatro desafios contemporâneos, a partir dos princípios e objetivos da Política Nacional de Educação Ambiental, que são: busca de uma sociedade democrática e socialmente justa; desvelamento das condições de opressão social; prática de uma ação transformadora intencional e necessidade de contínua busca de conhecimento. Sobre isso, ele comenta:

[...] nenhum desses desafios deve ser buscado isoladamente. A educação ambiental, por sua natureza complexa e interdisciplinar, que envolve aspectos da vida cotidiana, questiona a qualidade de vida e explicita as interdependências entre ambiente e sociedade, carrega um forte potencial emancipatório. Mas a passagem do potencial para o compromisso emancipatório, e sua realização, não se dá naturalmente. Tampouco o compromisso emancipatório preexiste enquanto essência em cada um dos desafios apresentados, supondo-se, ilusoriamente, que bastaria que se assumisse um deles. Seu caráter emancipatório reside, justamente, no resultado da articulação dos quatro desafios. (SAITO, 2002, p. 58-59)

Percebe-se, então, que o foco da criação dessa consciência ambiental coletiva deverá ser uma mudança cultural. Para tanto, é preciso despertar nas pessoas o sentimento de fazer parte dessa história de mudança cultural e social de preservação do meio ambiente. Repensar e alterar pequenos atos do nosso dia a dia já são um bom começo nesse processo de educação ambiental.

Ruscheinsky e Vargas chamam a atenção para essa questão cultural:

A forma de produção da sobrevivência do homem, em especial na sociedade moderna, tem provocado sistematicamente a degradação do meio ambiente, exaurindo as reservas de recursos naturais e poluindo o ar, a água e o solo. Essa sistemática é facultada e possível como algo inerente à própria cultura, à visão de mundo própria do antropocentrismo: dominar a natureza em todos os seus sentidos, significados, extensão e intensidade. (2002, p. 128)

Já para Mendonça:

A consciência planetária foi se desenvolvendo ao mesmo tempo em que a exploração sistemática da Terra foi acontecendo. Hoje, podemos dizer que as ações humanas afetam toda a Terra e que, diretamente todo o planeta já foi tocado. Mas é essencial percebermos que, ainda que estejamos próximos do esgotamento dos recursos que a Terra pode nos proporcionar para criarmos nossas formas de vida, ainda estamos muito longe de esgotarmos todas as possibilidades da consciência humana. (2002, p. 35)

Sobre essa consciência ambiental, Neiman conclui:

Apesar do crescimento da consciência ambiental até aqui discutida, vale considerar que a preocupação com o futuro ainda tem sido insuficiente para mudar o presente, relegando a prática da sustentabilidade à retórica. Além disso, esses novos valores têm sido incapazes de alterar o modo de produção e o consumo capitalista, que passou a assumir dimensões titânicas com o processo de globalização. (2002, p. 38)

Outro fator importante é a posição de superioridade em que o homem se coloca perante a natureza, tratando-a como se fosse um bem com a finalidade de satisfazer os interesses pessoais. De acordo com Loureiro et al.:

[...] não significa que tenhamos o controle total da natureza, uma vez que, se somos parte dela, jamais teremos condições de dominá-la em sentido pleno de subjugação. [...] Em outras palavras, é preciso entender que a humanidade não domina a natureza, mas interage *com ela e nela*. É a sociedade contemporânea que apresenta, em função das

relações sociais e de produção identificadas, uma ação predatória e potencialmente ameaçadora da vida na Terra. (2000, p. 21)

Carvalho também discorre sobre esse comportamento humano:

No que diz respeito à problemática específica, em torno da qual se organiza o campo ambiental, essa poderia ser caracterizada, de um modo geral, como a produção e reprodução da crença na natureza como um bem. Algo que se deveria respeitar, admirar e cuidar para além dos interesses imediatos das sociedades. Trata-se de uma problemática eminentemente ética e, uma vez que, na modernidade, se tornou impossível assegurar uma idéia única de bem viver, esse ideal ético busca legitimar-se sobre bens particulares. (2002, p. 36)

Ruscheinsky e Vargas acrescentam que:

Para atingir os objetivos de uma educação ambiental requer que se leve em conta que o ser humano comparece como central entre os componentes do ambiente. Ao longo do tempo fomos perdendo, paulatinamente, a compreensão de que o homem integra-se como um dos elementos que formam a cadeia alimentar. Passamos, com isso, a destacar uma visão antropocêntrica, em que o homem coloca-se como um ser ao mesmo tempo separado do meio ambiente ou superior a tudo. (2002, p. 139)

É preciso mudar essa concepção mundial de que a natureza precisa ser dominada. Como muito bem frisado por Loureiro, “somos parte dela”, e todo mal feito a ela será feito a nós mesmos.

A crise ambiental veio acompanhada pela emergência da complexidade frente a instrumentabilidade do conhecimento e pelo fracionamento do real. A degradação ecológica introjeta a flecha do tempo como um caminho inexorável para a morte entrópica do planeta, desvelando o caráter *antinatural* da racionalidade econômica; revela as estratégias fatais desse espetáculo sem limites que manifesta seu caráter autodestrutivo e incontrolável por sua inelutável inércia para a catástrofe. Mas também anuncia a possibilidade de construir outra racionalidade social, fundada na auto-organização da matéria, na produtividade da natureza e na criatividade dos povos. (LEFF, 2004, p. 406-407)

O conhecimento, segundo Costa e Ruscheinsky, é o caminho para o desenvolvimento e adaptação de práticas visando a preservação ambiental:

A busca do conhecimento que se preza na dimensão da educação ambiental não está definida na ação individual nem na sua expressão isolada em uma sociedade de riscos. Práticas desenvolvidas pelos sujeitos no dia-a-dia a partir do saber de alguma maneira já formulado, como elementos de sua cultura, necessitam ser apropriados com nova dimensão. Isso só se tornará possível na perspectiva de se consolidarem como sujeitos da produção e se apropriarem de sua realidade por meio de uma ação coletiva em um processo de mobilização, reflexão e ação. Esses procedimentos podem empolgar desencadeamentos no intuito de viabilizar a construção e a descoberta do conhecimento. (2002, p. 76)

5. SUSTENTABILIDADE

Um dos fatores que mais contribuiu para a degradação do meio ambiente foi a globalização. A busca desenfreada por melhores tecnologias e qualidade de vida fez com que os homens ignorassem os apelos da natureza. Os reflexos estão sendo sentidos hoje, com os cada vez mais constantes fenômenos ambientais, como terremotos, enchentes, ciclones etc. Essa “reação” da natureza nada mais é do que fruto das ações do homem.

São vários os fatores que contribuíram ao longo da história, e ainda contribuem, para uma degradação desenfreada do meio ambiente. Entre os mais graves, estão, em primeiro lugar, o incentivo ao aumento do volume do comércio internacional que leva, conseqüentemente ao exercício de uma agricultura intensiva, destinada ao consumo de humanos e de animais, e a um consumismo sem limites nos países ricos onde as pessoas possuem uma renda que lhes permite usufruir as “novidades” criadas constantemente pela alta tecnologia; e, em segundo lugar, os surtos de industrialização ocorridos no passado e a sua propagação no presente, bem como o incentivo a um desenvolvimento econômico às custas da harmonização do homem com a natureza física. (BIANCHI, 2002, p. 41)

Percebe-se então que, com o advento da globalização, os homens buscaram vencer limites, esquecendo que a natureza tem os seus próprios, conforme explica Leff:

A degradação ambiental se manifesta como sintoma de uma crise de civilização, marcada pelo modelo de modernidade regido pelo predomínio do desenvolvimento da razão tecnológica sobre a organização da natureza. A questão ambiental problematiza as próprias bases da produção; aponta para desconstrução do paradigma econômico da modernidade e para construção de futuros possíveis, fundados nos limites das leis da natureza, nos potenciais ecológicos, na produção de sentidos sociais e na criatividade humana. (2004, p. 17)

Sobre a globalização e o consumo desenfreado, Costa e Ruscheinsky criticam:

Pelo desenvolvimento não-sustentável, os ambientes foram modificados na sua estrutura mais básica, as culturas tradicionais relegadas ao termo atraso. A economia, agora mundial, transnacional, ocorre em um ambiente virtual chamado de mercado, no qual serão cidadãos aqueles que forem qualificados como consumidores. Parece que nada pode subsistir acima do consumo desenfreado, nem sustentabilidade, nem ética, nem parcimônia, nem subjetividade. (2002, p. 75)

Surge então o tema sustentabilidade como alternativa de reverter a atual problemática ambiental. Para Almeida, “desenvolvimento sustentável é aquele que atende às necessidades do presente sem comprometer as gerações futuras de atenderem suas próprias necessidades” (2008, p. 67).

Leff nos dá uma noção da importância do tema sustentabilidade no contexto atual:

O princípio da sustentabilidade surge no contexto da globalização como a marca de um limite e o sinal que reorienta o processo civilizatório da humanidade. A crise ambiental veio questionar a racionalidade e os paradigmas teóricos que impulsionaram e legitimaram o crescimento econômico, negando a natureza. A sustentabilidade ecológica aparece assim como um critério normativo para a reconstrução da ordem econômica, como uma condição para a sobrevivência humana e um suporte para chegar a um desenvolvimento duradouro. [...] (2004, p. 15)

Franco acredita que o conceito de desenvolvimento sustentável é muito complexo, pois, para ser implantado, exige mudanças de comportamento na maneira de pensar, viver, produzir e consumir, e ainda acrescenta:

Uma vez que o desenvolvimento sustentável apresenta além da questão ambiental, tecnológica e econômica, uma dimensão cultural e política, ele exige a participação democrática de todos na tomada de decisão para as mudanças que se farão necessárias para a implantação do mesmo. Por outro lado, sob o enfoque econômico, a questão se complica, uma vez que a idéia de proteção ambiental destrói os princípios da economia clássica, a qual reconhece fronteiras econômicas e parte do princípio de que a natureza é fonte inesgotável de recursos. [...] O termo sustentabilidade apresenta, assim, um caráter dinâmico que se afasta muito da idéia de equilíbrio estático dos economistas clássicos, refere-se a um processo evolutivo sustentável de mudança contínua. (2001, p. 27)

Becker et al. ressaltam os aspectos positivos gerados pela ideia de sustentabilidade:

A noção de sustentabilidade, tomada como ponto de partida para uma reinterpretação dos processos sociais e econômicos e de suas relações com o equilíbrio dos ecossistemas, parece enriquecedora, demandando a construção de um aparato conceitual capaz de dar conta de seus múltiplos aspectos. Essa idéia de um “novo desenvolvimento” pode remeter à sociedade a capacidade de produzir o novo, redimensionando suas relações com a natureza e com os indivíduos. (2002, p. 26)

Neiman também enfoca a questão da mudança de comportamento:

Pequenas mudanças no modo de vida devem acontecer para que haja sustentabilidade, caso contrário o consumo desenfreado pode levar o sistema civilizatório a uma autodestruição. A ética de desenvolvimento deve incluir uma prudência ambiental em proteger a biodiversidade e a equidade de acesso a um ambiente saudável para esta e as futuras gerações (ética intergeracional). (2002, p. 36)

Portanto, quebrar paradigmas e promover essa mudança de comportamento nas pessoas é, hoje, o maior desafio daqueles que defendem a causa ambiental. É fazer com que as pessoas percebam como suas formas de pensar e agir afetam diretamente a natureza, e que cabe a cada uma delas garantir um meio ambiente saudável para as próximas gerações.

6. A MUDANÇA DO AMBIENTE EMPRESARIAL

No início, as empresas eram vistas apenas como instituições econômicas e tinham, como grande preocupação, a eficiência produtiva, buscando maximizar os lucros e minimizar os custos. Esse foi o foco empresarial até a década de 1960, segundo Donaire (1999). Com o passar do tempo, esse cenário foi se modificando e hoje se apresenta de forma muito mais complexa. A mídia, o governo e a sociedade cobram das empresas uma postura de agentes na construção de uma sociedade melhor e, conseqüentemente, de um mundo melhor. Ou seja, “a credibilidade das empresas está atrelada ao grau de responsabilidade que assumem diante dos problemas que afligem o mundo” (ALMEIDA, 2008, p. 46).

Diante desse novo cenário econômico, muitas empresas tiveram de mudar sua postura em relação à sociedade, buscando se adaptar ao novo papel que esta espera das empresas e de seus administradores. Sobre isso, Anderson, diz:

A principal alteração que se verifica atualmente é a percepção das corporações sobre o papel que desempenham na sociedade. A corporação não é mais vista como uma instituição com propósitos simplesmente econômicos, voltada apenas para o desenvolvimento e venda de seus produtos e serviços. Em face do seu tamanho, recursos e impacto na sociedade, a empresa tem grande envolvimento no acompanhamento e na participação de muitas tarefas sociais, desde a limpeza das águas até o aprimoramento cultural e espera-se que ocorra um alargamento de seu envolvimento com esses conceitos ‘não econômicos’ no futuro, entre eles proteção dos consumidores e dos recursos naturais, saúde, segurança e qualidade de vida nas comunidades em que estão localizadas e onde fazem seus negócios. (1982 *apud* DONAIRE, 1999, p. 18-19)

Essa cobrança fez com que as empresas passassem a ter uma maior preocupação com o meio no qual estão inseridas, em relação às questões político-sociais, à ética, à qualidade de vida de seus funcionários, aos aspectos ambientais, pois isso se reflete diretamente na sua imagem. E, mesmo que não haja uma determinação legal de quais seriam as responsabilidades sociais de uma empresa, não há dúvida de que elas existam.

[...] muitas das decisões internas da organização hoje requerem considerações explícitas das influências provindas do ambiente externo, e seu contexto inclui considerações de caráter social e político que se somam às tradicionais considerações econômicas. Hoje, a sociedade tem preocupações ecológicas, de segurança, de proteção e defesa do consumidor, de defesa dos grupos minoritários, de qualidade dos produtos etc., que não existiam de forma tão pronunciada nas últimas décadas. Isso tem pressionado as organizações a incorporar esses valores em seus procedimentos administrativos e operacionais. (DONAIRE, 1999, p.16)

Essa noção de responsabilidade social corporativa que hoje impera está diretamente relacionada com a forma como a sociedade se vê diante das empresas, passando de agente passivo a sujeito que determina sua existência:

A justificativa para o sentido de responsabilidade social por parte da empresa fundamenta-se na liberdade que a sociedade concede à empresa para existir. Podemos considerar a existência de um contrato social. Uma empresa, como outras organizações legítimas, tem a liberdade de existir e trabalhar por um objetivo legítimo. O pagamento dessa liberdade é a contribuição da empresa para com a sociedade. (DONAIRE, 1999, p. 20)

Leff dá uma visão geral da mudança de comportamento com base no pensamento ambientalista:

O ambientalismo abre, portanto, um processo de ressignificação do mundo atual. Além das deficiências do sistema produtivo para satisfazer as demandas dos consumidores, propõe uma crítica radical das necessidades. A perspectiva ambiental do desenvolvimento oferece um enfoque global e integrador sobre a realidade social; é um olhar inquisitor que se lança a partir de um futuro possível sobre o processo histórico passado para abrir canais à reconstrução da realidade social. (2004, p. 101)

Portanto, incorporar a variável ambiental no cotidiano das empresas torna-se inevitável. Porém, esse processo se dá de forma lenta e gradual, uma vez que é preciso analisar onde e como a empresa pode melhorar seu desempenho ambiental e social sem que isso lhe gere altos custos, alcançando assim o conceito de excelência ambiental.

Elkington e Burke (1989 *apud* DONAIRE, 1999, p. 50-51) enumeram os dez passos para alcançar a excelência ambiental:

- 1) Desenvolva e publique uma política ambiental.
- 2) Estabeleça metas e continue a avaliar os ganhos.
- 3) Defina claramente as responsabilidades ambientais de cada uma das áreas e do pessoal administrativo (linha ou assessoria).
- 4) Divulgue interna e externamente a política, os objetivos e metas e as responsabilidades.
- 5) Obtenha recursos adequados.
- 6) Eduque e treine seu pessoal e informe os consumidores e a comunidade.

- 7) Acompanhe a situação ambiental da empresa e faça auditoria e relatórios.
- 8) Acompanhe a evolução da discussão sobre a questão ambiental.
- 9) Contribua para os programas ambientais da comunidade e invista em pesquisa e desenvolvimento aplicados à área ambiental.
- 10) Ajude a conciliar os diferentes interesses existentes entre todos os envolvidos: empresa, consumidores, comunidade, acionistas etc.

Neiman salienta que “as empresas preocupadas com os impactos que causam têm mais chances de sobreviver na economia. As que provocam desastres ambientais veem suas ações despencando e demoram para recuperar sua credibilidade” (2002).

Cabe às empresas moldarem-se às exigências da sociedade, buscando conciliar estas com seus objetivos econômicos, na busca por um equilíbrio de interesses.

7. RESPONSABILIDADE SOCIAL

As empresas precisam entender que seu compromisso com a sociedade vai muito além do atendimento das expectativas de seus clientes.

Donaire explica o conceito de responsabilidade social:

A responsabilidade social, como é chamada com frequência, implica um sentido de obrigação, para com a sociedade. Esta responsabilidade assume diversas formas, entre as quais se incluem proteção ambiental, projetos filantrópicos e educacionais, planejamento da comunidade, equidade nas oportunidades de emprego, serviços sociais em geral, de conformidade com o interesse público. (1999, p. 20)

Logo, os anseios da sociedade em relação às empresas vão muito além da simples produção de bens e serviços. Há uma expectativa de que estas ajudem na resolução de problemas sociais, muitos deles criados pelas próprias empresas.

Conseqüentemente a economia deve ser reconstruída. Isto levanta a questão de fundamentar uma nova teoria da produção que internalize as condições ecológicas e sociais do desenvolvimento sustentável; que leve em conta os complexos processos ambientais gerados pelo potencial ecotecnológico de diferentes regiões, mediado pelos valores culturais e pelos interesses sociais das populações: os sistemas simbólicos, os estilos étnicos e as práticas produtivas, através dos quais são valorizados os recursos potenciais da natureza; as regras sociais estabelecidas pelos direitos de acesso e apropriação, e pelas formas de exploração dos recursos naturais; os padrões tecnológicos que permitem a regeneração ecológica e a reciclagem do lixo. (LEFF, 2004, p. 51)

Almeida fala do surgimento de um novo modelo de governança corporativa, que visa atender as necessidades da sociedade: a governança tripolar, englobando sociedade, Estado e empresas:

No âmbito social, isso implica a construção de um novo perfil de cidadão: o cidadão responsável, que passa a exigir tanto nas esferas de governo quanto nas esferas empresariais, posturas mais adequadas do ponto de vista socioambiental. Do ponto de vista estatal, isso significa mudanças nas formas de planejamento e execução das políticas públicas, nesse caso, especificamente, baseadas nas parcerias público-privadas. No âmbito empresarial, isso significa um novo desafio, especificamente, uma inédita repartição de poder, com a qual poucos dirigentes e acionistas estão preparados para lidar. (2008, p. 91)

Portanto, cabe às empresas a tarefa de atender as expectativas da sociedade, visando a sobrevivência a longo prazo, conforme explica Leff:

Como consequência dos conflitos socioambientais provocados pela racionalidade econômica dominante e pela centralização do poder, novos atores sociais têm vindo à cena política fazendo novas reivindicações de melhoria da qualidade do ambiente e da qualidade de vida, como também de espaços de autonomia cultural e autogestão produtiva. O movimento ambiental incorpora novas reivindicações às demandas tradicionais pelos direitos humanos e pela justiça social, assim como para satisfazer as necessidades básicas e as aspirações de desenvolvimento material e cultural da sociedade, contribuindo para gerar uma cultura política mais plural e para dar sentido aos processos de governabilidade democrática. (2004, p. 62)

8. A PRESERVAÇÃO AMBIENTAL COMO OPORTUNIDADE ESTRATÉGICA

Com as constantes mudanças nas expectativas da sociedade com relação às empresas, grandes oportunidades de negócios se abrem àquelas que estão atentas a essas transformações no contexto social e político do ambiente externo. Em função da poluição, muitas empresas se vêem obrigadas a reavaliar seus processos produtivos, optando pelo reaproveitamento de resíduos - com a geração de uma nova renda através da sua venda a outras empresas, ou optando por tecnologias limpas, resultando em economias significativas.

Alguns países adotaram, então, os chamados “selos ecológicos” para identificação dos produtos ecologicamente corretos. O primeiro selo ecológico, segundo Moura (2002), surgiu na Holanda em 1972, porém, sem grande repercussão. O reconhecimento por parte dos consumidores só veio em 1978, quando foi instituído na Alemanha o selo ecológico “Anjo Azul” (*Blaue Engel*), que funcionava como um mecanismo de comunicação com os consumidores, alertando-os de estarem adquirindo um produto que agredia menos a natureza do que os concorrentes.

Obtendo boa receptividade por parte dos consumidores, outros selos foram sendo implantados no mundo todo. Seguem alguns exemplos na Figura 1.



Fonte: DONAIRE (1999, p. 55)

Figura 1. Exemplos de selos ambientais.

Com o passar do tempo, além dos selos ambientais, outras formas de garantia de que as empresas estavam realmente preocupadas com a causa ambiental se fizeram necessárias. Dentre as muitas certificações existentes, destacaremos a NORMA ISO 14001, desenvolvida pela ISO - International Organization for Standardization, que é uma organização responsável pela elaboração de normas internacionais, que servem para padronizar procedimentos que deverão ser adotados no mundo inteiro.

Sobre padronização, Bianchi observa que é de suma importância, com vistas a esclarecer e beneficiar os consumidores de produtos e serviços, conforme enumera o autor:

Um dos maiores objetivos da padronização é facilitar o comércio, bem como a transferência de tecnologia, para com isso realçar a qualidade do produto e a confiabilidade num preço razoável; melhorar a saúde, segurança e proteção ambiental, e redução do desperdício; maior compatibilidade e interoperabilidade de mercadorias e serviços; redução do número de modelos, e conseqüente redução de custos; aumento da distribuição eficiente, e facilidade de manutenção. (BIANCHI, 2002, p. 102)

A ISO 14001 foi desenvolvida com o objetivo de implementar os Sistemas de Gestão Ambiental (SGA). Foi criada em resposta à necessidade das empresas de melhorar o desempenho ambiental, estimular a prevenção da poluição e aprimorar a conformidade com as diferentes legislações ambientais (ALMEIDA, 2008, p. 100).

A Norma ISO 14001 define que a organização deve estabelecer e manter procedimentos para identificar as aspectos ambientais de suas atividades, produtos ou serviços que possam por ela ser controlados e sobre os quais presume-se que ela tenha influência, a fim de determinar aqueles que tenham ou possam ter impacto significativo sobre o meio ambiente. A organização deve, ainda, assegurar que os aspectos relacionados a estes impactos significativos sejam considerados na definição de seus objetivos ambientais. (MOURA, 2002, p. 87)

Para que uma empresa obtenha a certificação do sistema de gestão ambiental, é necessária a realização de uma auditoria independente, e a renovação dessa certificação se dá através de avaliações em intervalos regulares, garantindo a conformidade de todos os processos.

Logo, os diversos tipos de certificação têm a mesma função: comunicar ao consumidor que aquele produto não agride tanto o meio ambiente; que a empresa se preocupa com a preservação ambiental e que pratica normas de padrão internacional, criando, assim, um diferencial competitivo.

Atualmente, um método muito utilizado, que confere às empresas uma boa imagem perante os consumidores e ainda gera lucros, é a adoção das chamadas sacolas ecológicas ou sacolas retornáveis, utilizadas em redes de supermercados. O foco desse projeto é criar nos consumidores uma consciência ecológica, incentivando-os a fazerem parte de uma parcela da população que se preocupa e colabora com a causa ambiental. Além disso, as empresas reduzem o gasto com as sacolas plásticas que são fornecidas à

população e ainda lucram com a venda das sacolas retornáveis. Como “prêmio” para os consumidores que colaboram para a campanha, é concedido um desconto simbólico, de centavos, ou seja, o custo que a empresa deixou de ter com a sacola plástica. Logo, mostrar à sociedade que a empresa se preocupa e está ativamente engajada na causa ambiental reduz custos, gera lucro e garante uma boa imagem.

9. PRINCÍPIOS DA GESTÃO AMBIENTAL

A Câmara de Comércio Internacional (CCI) definiu, em 27 de novembro de 1990, os princípios da gestão ambiental, estabelecendo o *Business Charter for Sustainable Development*, que inclui vários princípios que deverão ser buscados pelas organizações visando a proteção ambiental. Dezesesseis deles são para gestão ambiental, na busca pelo desenvolvimento sustentável, conforme enumera Donaire (1999, p. 60-63):

- a) Prioridade Organizacional: Reconhecer que a questão ambiental está entre as principais prioridades da empresa e que ela é uma questão-chave para o Desenvolvimento Sustentado; e estabelecer políticas, programas e práticas no desenvolvimento das operações que sejam adequadas ao meio ambiente.
- b) Gestão Integrada: Integrar as políticas, programas e práticas ambientais intensamente em todos os negócios como elementos indispensáveis de administração em todas suas funções.
- c) Processo de Melhoria: Continuar melhorando as políticas corporativas, os programas e a *performance* ambiental tanto no mercado interno quanto externo, levando em conta o desenvolvimento tecnológico, o conhecimento científico, as necessidades dos consumidores e os anseios da comunidade, tendo como ponto de partida as regulamentações ambientais.
- d) Educação do Pessoal: Educar, treinar e motivar o pessoal, no sentido de que possam desempenhar suas tarefas de forma responsável em relação ao ambiente.
- e) Prioridade de Enfoque: Considerar as repercussões ambientais antes de iniciar nova atividade ou projeto e antes de construir novos equipamentos e instalações adicionais ou de abordar alguma unidade produtiva.
- f) Produtos e Serviços: Desenvolver e fabricar produtos e serviços que não sejam agressivos ao ambiente e que sejam seguros em sua utilização e consumo, que sejam eficientes no consumo de energia e de recursos naturais e que possam ser reciclados, reutilizados ou armazenados de forma segura.
- g) Orientação ao Consumidor: Orientar e, se necessário, educar consumidores, distribuidores e o público em geral sobre o correto e seguro uso, transporte, armazenagem e descarte dos produtos produzidos.
- h) Equipamentos e Operacionalização: Desenvolver, desenhar e operar máquinas e equipamentos levando em conta o eficiente uso de água, energia e matérias-primas, o uso sustentável dos recursos renováveis, a minimização dos impactos negativos ao ambiente e a geração de poluição e o uso responsável dos resíduos existentes.
- i) Pesquisa: Conduzir ou apoiar projetos de pesquisas que estudem os impactos ambientais das matérias-primas, produtos, processos, emissões e resíduos associados ao processo produtivo da empresa, visando à minimização de seus efeitos.
- j) Enfoque Preventivo: Modificar a manufatura e o uso de produtos ou serviços e mesmo os processos produtivos, de forma consistente com os mais modernos conhecimentos técnicos e científicos, no sentido de prevenir as sérias e irreversíveis degradações do meio ambiente.
- k) Fornecedores e Subcontratados: Promover a adoção dos princípios ambientais da empresa junto dos subcontratados e fornecedores encorajando e assegurando,

sempre que possível, melhoramentos em suas atividades, de modo que elas sejam uma extensão das normas utilizadas pela empresa.

- l) Planos de Emergência: Desenvolver e manter, nas áreas de risco potencial, planos de emergência idealizados em conjunto entre os setores da empresa envolvidos, os órgãos governamentais e a comunidade local, reconhecendo a repercussão de eventuais acidentes.
- m) Transferência de Tecnologia: Contribuir na disseminação e transferência das tecnologias e métodos de gestão que sejam amigáveis ao meio ambiente junto aos setores privado e público.
- n) Contribuição ao Esforço Comum: Contribuir no desenvolvimento e políticas públicas e privadas, de programas governamentais e iniciativas educacionais que visem à preservação do meio ambiente.
- o) Transparência de Atitude: Propiciar transparência e diálogo com a comunidade interna e externa, antecipando e respondendo a suas preocupações em relação aos riscos potenciais e impacto das operações, produtos e resíduos.
- p) Atendimento e Divulgação: Medir a *performance* ambiental. Conduzir auditorias ambientais regulares e averiguar se os padrões da empresa cumprem os valores estabelecidos na legislação. Prover periodicamente informações apropriadas para a Alta Administração, acionistas, empregados, autoridades e o público em geral.

10. AUDITORIA AMBIENTAL

Com o advento da questão ambiental, as empresas tornaram-se instituições sociopolíticas, com responsabilidades sociais que vão muito além das preocupações econômicas. Esse novo enfoque trouxe à tona temas que antes não eram levados em conta, como a proteção do meio ambiente, a qualidade de vida dos trabalhadores e da comunidade na qual estão inseridas, a qualidade dos produtos etc.

Diante disso, segundo Donaire (1999, p. 121), surgiu, na Europa e nos EUA, a “Contabilidade Social”, que foi uma tentativa de medir o desempenho social das organizações, indo muito além dos tradicionais aspectos econômico-financeiros. Mais tarde, algumas empresas começaram a desenvolver ações internas voltadas para sua ação social, o que deu origem a um relatório chamado “Auditoria Social”.

Com o grande número de regulamentações e leis que surgiram na tentativa de controlar as atividades da empresa no que tange ao meio ambiente, as empresas tiveram de se adaptar, desenvolvendo políticas internas e atividades específicas na área ambiental. Essas atividades passaram a ser padronizadas, o que levou à criação da “Auditoria Ambiental”, que se restringia, basicamente, à obediência da lei.

Segundo a Norma ISO 14010, a Auditoria Ambiental é um processo sistemático e documentado de verificação, realizado para obter e avaliar, de forma objetiva, evidências de auditoria para determinar se as atividades, eventos, sistemas de gestão e condições ambientais especificados ou as informações relacionadas estão em conformidade com os critérios de auditoria, e para comunicar os resultados desse processo ao cliente.

Assim, a Auditoria Ambiental é um fator importante na tentativa de minimização dos impactos ambientais das empresas e redução dos índices de poluição.

Embora a maioria das organizações veja a Auditoria Ambiental dentro de uma perspectiva de legalidade e de estreita abordagem técnica, buscando adequar seu processo produtivo ao exigido pela legislação, seu espectro de utilização é bem amplo, pois possibilita a preocupação pró-ativa de buscar alternativas melhores em relação a insumos e produtos que sejam menos agressivos ao meio ambiente. Seu objetivo principal de assegurar que o sistema operacional funcione dentro dos padrões estabelecidos permite a utilização de mecanismos para melhorar essa *performance*. (DONAIRE, 1999, p. 122)

Para as empresas que assumem a responsabilidade do desenvolvimento sustentável a partir da adoção de processos de produção “limpos” e da busca da qualidade ambiental dos produtos, a Auditoria Ambiental, juntamente com a Auditoria Social, torna-se uma ferramenta essencial de gestão.

Também segundo Donaire (1999), algumas empresas ainda desenvolvem suas Auditorias Ambientais de forma sigilosa, acompanhadas de perto por seus representantes legais, de forma que nenhuma informação que possa prejudicar a empresa junto à comunidade ou aos órgãos legais chegue ao seu conhecimento. Assim, os relatórios são guardados com a máxima segurança, chegando apenas ao conhecimento da alta cúpula da organização e sendo expostos muitas vezes apenas de forma oral, a fim de restringir ao máximo o acesso aos dados obtidos.

Por outro lado, muitas empresas já perceberam que a transparência é o meio mais fácil de conquistar os consumidores. Sendo assim, existem organizações que divulgam amplamente os resultados de suas Auditorias Ambientais, distribuindo o relatório aos seus gerentes e discutindo-o com representantes da comunidade na qual estão inseridas, em busca de um relacionamento transparente e responsável em relação à questão ambiental, que agregue credibilidade e confiabilidade à sua marca.

11. **MARKETING AMBIENTAL**

Quando se deseja solucionar determinadas situações identificadas socialmente como problemáticas e em que é indispensável e necessária a participação das pessoas, recorre-se à realização de campanhas de *marketing* social – especialmente a favor de grandes causas sociais, como, por exemplo, a saúde ou o ambiente. Essas campanhas têm como objetivo a sensibilização e a mudança de comportamento dos indivíduos, uma vez que a solução dessas situações desfavoráveis passa pela colaboração da população. Contudo, essa mudança de comportamento é complexa e demanda tempo.

Marcatto discorre sobre *marketing* ambiental:

Há que se pensar no marketing como uma forma de captar recursos para a melhoria das condições de vida do planeta. As organizações possuem sua sobrevivência atrelada à educação das sociedades, e é educando, e não apenas tutelando os envolvidos, que se constitui o diferencial do trabalho de cada organização. (2002, p. 91)

É notória a conquista de espaço social, político e econômico pela temática ambiental, mas não é igualmente visível uma homogeneidade de sensibilização e mobilização. Apesar dessa conquista de espaço público e de estatuto de causa social, a mudança de comportamento, visando proteger o ambiente, é lenta demais, tendo em conta o acelerado ritmo de crescimento dos prejuízos ambientais. O *marketing* ambiental reflete, assim, a emergência e urgência de um novo campo de ação de *marketing* social, uma vez que a presente tendência para o reconhecimento dos valores ambientais não é ainda acompanhada por atitudes condizentes.

No que tange ao comportamento das empresas, tem-se notado que aquelas que buscam melhorar seu desempenho em relação ao ambiente, juntamente com uma política de publicidade de tal prática, têm obtido melhores resultados do que aquelas que, mesmo tendo problemas menores, tentam escondê-los e não tomam nenhuma medida para melhorar essa situação.

Contudo, achar o equilíbrio para as ações a serem tomadas é tarefa complexa, conforme explica Marcatto:

Isso pode até parecer utopia, mas, quando se pensa que o marketing serviu tantas vezes para enganar, seduzir, e conduzir o indivíduo a tomar certas atitudes, porque não utilizá-lo também para esclarecer, educar e direcionar a opinião pública no sentido da melhoria do planeta? Basta, para isso, lembrar que se pode vender qualquer coisa ou idéia, basta estudar a melhor maneira de apresentá-la ao público-alvo. Não basta falar a verdade, é preciso maquiá-la de modo a ficar o mais bonita possível aos olhos do consumidor. Pode-se falar o óbvio, mas há que se fazer isso de forma poética. Essa é a arte de seduzir, e sedução pode ser usada por qualquer um [...]. (2002, p. 92)

Logo, utilizar campanhas de *marketing* para tornar públicos seus resultados na busca de uma prática ambiental correta é, hoje, o caminho para o sucesso econômico, visto que, com a crescente preocupação dos consumidores com o meio ambiente, tornar-se uma empresa “verde” perante a sociedade pode significar absorver uma grande fatia do mercado que compartilha dessa mesma filosofia.

12. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante da mudança comportamental da sociedade com relação ao papel da empresa no meio em que está inserida, nada mais sensato do que absorver essa nova demanda e tentar sanar essa necessidade, visando preservar a imagem da organização.

Mas essa questão tem que ir muito além de simplesmente resolver “o problema”. Incorporar o papel da preservação ambiental e da responsabilidade social é hoje

imprescindível não apenas para a sobrevivência corporativa, mas para a sobrevivência da humanidade. E aqui se faz importante ressaltar que a implantação de um sistema de gestão ambiental tem um custo significativo, porém, ir contra essa tendência pode ter um custo muito maior para uma organização.

A globalização da economia causou tantos danos ao meio ambiente que precisa agora ser utilizada de forma a amenizar tal situação, e as empresas que primeiro e melhor se adaptarem a essa nova realidade, utilizando-a como estratégia competitiva, garantirão sua permanência no mercado.

Criar uma consciência ecológica nas organizações é assegurar uma imagem ética perante a sociedade, além da redução de custos, qualidade de vida e um meio ambiente saudável para as gerações futuras.

REFERÊNCIAS

- ALMEIDA, Fernando. **Os desafios da sustentabilidade**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.
- _____. **Responsabilidade social e meio ambiente**. Valinhos, SP: Anhanguera Educacional, 2008.
- ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. **NBR ISO 14001: sistemas de gestão ambiental: especificações e diretrizes para uso**. Rio de Janeiro: ABNT, 1997.
- BECKER, Dinizar Fermiano (Org.) et al. **Desenvolvimento sustentável: necessidade e/ou possibilidade?** 4. ed. Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2002.
- BIANCHI, Patrícia Nunes Lima. **Meio ambiente: certificações ambientais e comércio internacional**. Curitiba: Juruá, 2002.
- CARVALHO, Isabel Cristina de Moura. **A invenção ecológica: narrativas e trajetórias da educação ambiental no Brasil**. 2. ed. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2002.
- CASCINO, Fabio. **Educação ambiental: princípios, história, formação de professores**. 2. ed. São Paulo: Editora SENAC São Paulo, 2000.
- COSTA, Adriane Lobo; RUSCHEINSKY, Aloísio. A educação ambiental a partir de Paulo Freire. In: RUSCHEINSKY, Aloísio (Org.) et al. **Educação ambiental: abordagens múltiplas**. Porto Alegre: Artmed, 2002. p. 73-89.
- DONAIRE, Denis. **Gestão ambiental na empresa**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 1999.
- FRANCO, Maria de Assunção Ribeiro. **Planejamento ambiental para a cidade sustentável**. 2. ed. São Paulo: Annablume, 2001.
- FREITAS, José Vicente de; RUSCHEINSKY, Aloísio. AE – Entrevista. In: **REVISTA DE EDUCAÇÃO AMBIENTAL DA FURG**. Rio Grande: Fundação Universidade do Rio Grande, 2003, p. 9-22.
- GONZALEZ, Wânia R.C.; NOVICKI, Victor. Competências e meio ambiente: uma análise crítica dos referenciais curriculares da educação profissional de nível técnico. In: **REVISTA DE EDUCAÇÃO AMBIENTAL DA FURG**. Rio Grande: Fundação Universidade do Rio Grande, 2003, p. 95-116.
- GUIMARÃES, Simone Sendin Moreira; TOMAZELLO, Maria Guiomar Carneiro. A formação universitária para o ambiente: educação para a sustentabilidade. In: **REVISTA DE EDUCAÇÃO AMBIENTAL DA FURG**. Rio Grande: Fundação Universidade do Rio Grande, 2003, p. 55-71.

LEFF, Enrique. **Saber ambiental: sustentabilidade, racionalidade, complexidade e poder**. 3. ed. Petrópolis: Vozes, 2004.

LOUREIRO, Carlos Frederico B. (Org.). **Sociedade e meio ambiente: a educação ambiental em debate**. São Paulo: Cortez, 2000.

MARCATTO, Morgana. Marketing e as organizações não-governamentais. In: NEIMAN, Zysman (Org.) et al. **Meio ambiente, educação e ecoturismo**. São Paulo: Malone, 2002, p. 73-93.

MENDONÇA, Rita. **Coleção entenda e aprenda: como cuidar do seu meio ambiente**. São Paulo: BEI Comunicação, 2002.

MOURA, Luiz Antônio Abdalla de. **Qualidade & gestão ambiental: sugestões para implantação das normas ISO 14000 nas empresas**. 3. ed. São Paulo: Editora Juarez de Oliveira, 2002.

NEIMAN, Zysman. Reflexos da modernidade. In: NEIMAN, Zysman (Org.) et al. **Meio ambiente, educação e ecoturismo**. São Paulo: Malone, 2002, p. 17-40.

PEDRINI, Alexandre de Gusmão. (Org.). **Educação ambiental: reflexões e práticas contemporâneas**. Petrópolis: Vozes, 1998.

RUSCHEINSKY, Aloísio; VARGAS, Sérgio Hiandui Nunes de. Agroecologia e reforma agrária: integração possível e necessária. In: RUSCHEINSKY, Aloísio. (Org.) et al. **Educação ambiental: abordagens múltiplas**. Porto Alegre: Artmed, 2002, p. 127-141.

SAITO, Carlos Hiroo. Política nacional de educação ambiental e construção da cidadania: desafios contemporâneos. In: RUSCHEINSKY, Aloísio (Org.) et al. **Educação ambiental: abordagens múltiplas**. Porto Alegre: Artmed, 2002, p. 47-60.

Débora Cristina Dias Pinto

Débora Cristina Dias Pinto é aluna do Curso de MBA em Gestão de Projetos da Anhanguera Educacional e Bacharel em Ciências Contábeis pela Universidade Federal do Rio Grande – FURG.

Luciano Maciel Ribeiro

Mestre em Administração pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos em 2007, especialista em Desenvolvimento e Gerenciamento de Sistemas de Informação pela Fundação Universidade Federal do Rio Grande em 2004. Especialista em Gestão Empresarial pela PUCRS e tem MBA em Tecnologia da Informação e Comunicação em Educação também pela PUCRS.

<http://lattes.cnpq.br/0119381103799648>