



## **Responsabilidade Social nas embarcações de linha do Amazonas e sensibilização dos usuários<sup>1</sup>**

Érica H. da S. Siqueira<sup>2</sup>  
Paulo Alexandre Neri da Silva<sup>3</sup>

Centro Universitário de Ensino Superior do Amazonas – Ciesa, Manaus, Amazonas

### **RESUMO**

Este artigo tem como objetivo analisar as estratégias de Responsabilidade Social utilizadas nas embarcações para trabalhar Educação Ambiental e Sustentabilidade com seus usuários. Para conhecer esta realidade, utilizou-se da aplicação de pesquisas de campo subdivididas em dois grupos: proprietários ou responsáveis pelas embarcações e usuários desse transporte. Trata-se de uma pesquisa aplicada com fins exploratórios e análise quantitativa dos resultados que foram utilizados como base para propor uma campanha de comunicação voltada à sensibilização dos passageiros quanto a Responsabilidade Social e Ambiental. Além disso, foi exposta a realidade enfrentada no Porto amazonense, propondo formas de melhorias no sistema e adequação de todos com vistas à preservação das hidrovias do Estado.

**PALAVRAS-CHAVE:** Comunicação, Educação Ambiental e Responsabilidade Social.

### **1 INTRODUÇÃO**

Os barcos são os principais responsáveis pelo transporte de pessoas e cargas no Amazonas. Segundo o Porto Organizado de Manaus, aproximadamente 150 barcos de linha com capacidade para cerca de 200 pessoas partem do seu cais rumo a diversos lugares do Estado. O principal meio de transporte na região é o fluvial que consiste em uma modalidade de transporte aquaviário que leva passageiros e mercadorias em barcos, navios ou balsas sobre rios, lagos e mar.

As hidrovias são os canais aquáticos por onde esse tipo de transporte se desloca. Segundo Frota (2006), ele é responsável pela sobrevivência do complexo da bacia amazônica, pois quase a totalidade do abastecimento básico é feito por suas vias e em muitos casos é a única forma de acesso, por isso pode-se dizer que este é principal transporte do Estado. Assim, o processo de desenvolvimento econômico, social e

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado na Divisão Temática Comunicação, Espaço e Cidadania da Intercom Júnior – Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação

<sup>2</sup> Estudante de Graduação recém-formada do curso de Relações Públicas do Ciesa, e-mail: ericasiqueira9@gmail.com

<sup>3</sup> Orientador do trabalho, Professor Doutorando em Psicologia Social pela Universidad John F. Kennedy, e-mail: pauloneri1410@gmail.com.



ambiental desta região requer bom desempenho da prestação dos serviços de transporte fluvial.

As viagens de barco que trafegam por esses rios costumam durar mais de um dia, sendo necessário que os passageiros façam sua higiene pessoal e se alimentem durante a viagem produzindo resíduos<sup>4</sup>. Eles dividem-se em dois grupos: os sólidos, que são os materiais não aproveitados que se encontram no estado sólido e os líquidos que são aqueles materiais não aproveitados que se encontram no estado líquido. Portanto, é necessário que tenham o tratamento adequado para que não prejudiquem aqueles que dependem dos rios.

Os passageiros costumam frequentar o bar do barco e consumir os produtos existentes gerando resíduos como latinhas de refrigerante e cerveja, embalagens plásticas entre outros materiais que, muitas vezes, não possuem coleta adequada e são despejados diretamente nos rios da região. É nesse sentido que a comunicação pode ajudar a modificar um cenário de degradação ambiental.

Diante desta questão, surgiu-se a necessidade de conhecer quais as estratégias de Responsabilidade Social são utilizadas nas embarcações de linha para tratar de Educação Ambiental e Sustentabilidade com seus usuários.

Para isso, como objetivo geral traçou-se analisar as estratégias de Responsabilidade Social utilizadas nas embarcações para trabalhar Educação Ambiental e Sustentabilidade com seus usuários. E como objetivos específicos buscou-se identificar a percepção dos usuários acerca do tema Responsabilidade Social; conhecer o destino dado aos Resíduos Sólidos e Líquidos das embarcações de linha; verificar de que forma a temática Educação Ambiental é tratada nas embarcações; traçar o perfil socioeconômico dos usuários desse tipo de embarcação e sugerir, se necessário, estratégias de comunicação para sensibilizá-los sobre o tema Educação Ambiental e Sustentabilidade.

Na atualidade, constata-se diversas preocupações referentes ao desenvolvimento econômico e sustentável buscando alternativas para que uma determinada região cresça sem extinguir seu patrimônio natural. Por isso, como uma forma de apresentar um caminho para esta situação, a presente pesquisa busca aproximar três vertentes: comunicação, responsabilidade social e embarcações

---

<sup>4</sup> Resíduo é tudo aquilo não aproveitado nas atividades humanas, proveniente das indústrias, comércio e residências. Mais informações em: [http://eco.ib.usp.br/lepac/conservacao/ensino/lixo\\_residuos.htm](http://eco.ib.usp.br/lepac/conservacao/ensino/lixo_residuos.htm)



hidroviárias para extrair um modelo de comunicação socioambiental a ser utilizado pelas embarcações a fim de minimizar os impactos negativos causados pelo uso das malhas hidroviárias da região e nos ribeirinhos que dela dependem.

Neste contexto, as ferramentas da comunicação podem ser usadas como forma de sensibilizar todos os públicos que compõem o cenário em questão, maximizando o processo de educação ambiental com os proprietários e usuários das embarcações. Além de utilizá-la como um diferencial no mercado aquaviário, refletindo em benefícios diretos e indiretos para a população local, regional, nacional e global.

## **2 RESPONSABILIDADE SOCIAL E A COMUNICAÇÃO**

No cenário de preocupação com o social que obrigou um reposicionamento das organizações, os comunicadores possuem um papel fundamental dentro das empresas, no sentido de planejar e divulgar as ações promovidas. É necessário que elas alcancem seus objetivos para posteriormente serem utilizadas como forma de diferencial através de sua propaganda e olhar estratégico.

Para Pinto (2001, p.28), "ações duradouras, comunicadas de forma adequada, trazem frutos duradouros [...]". Logo, os projetos sociais realizados por uma organização têm seus efeitos prolongados se divulgados da forma correta, mais uma vez, reforça-se a importância de um profissional de comunicação capacitado e sensível ao ambiente para perceber suas necessidades e implantar programas que atendam tais realidades.

As ações e projetos de responsabilidade social praticadas pelas empresas devem ser pautadas e reforçadas pelas estratégias de comunicação, visto que é através delas que a organização se apresenta para o público-alvo. Tornando-se imprescindível que o posicionamento da empresa junto a seus públicos seja eficaz, a fim de conquistar um espaço positivo na vida e na mente deles, sendo lembradas como referência em comprometimento social.

Henriques e Neto (2001, p. 5), de forma mais específica, destacam que

[...] na cena contemporânea, as Relações Públicas será facultada a missão de interagir entre os interesses das comunidades e da empresa detectando necessidades e alternativas de desenvolvimento social e econômico das populações, propondo e desenvolvendo formas de solucionar problemas sociais, articulando o apoio e promovendo a



elaboração de projetos que visem erradicar carências sociais de todo o tipo.

A esse profissional cabe o gerenciamento das relações entre as organizações e seus diversos *stakeholders*<sup>5</sup>, ou seja, seus públicos de interesse. Confirma-se, portanto, a necessidade deste profissional durante o planejamento e execução das ações e projetos, promovendo sugestões e melhorias na forma de administrá-las junto ao público em questão. Dessa forma, os comunicadores passam a assumir uma postura fundamental no desenvolvimento de uma política de Responsabilidade Social eficaz, conhecendo e estudando os públicos constituintes das ações e gerenciando o processo evolutivo das mesmas.

### **3 RESPONSABILIDADE SOCIAL E AS EMPRESAS**

Durante várias décadas houve uma transformação do pensamento social, os consumidores tornaram-se mais críticos e cientes do poder de influência que tem em suas mãos. Essa mudança de atitude exigiu uma nova postura das empresas: uma nova forma de se colocar no mercado. A Responsabilidade Social veio para mostrar a essas organizações uma alternativa de comportamento, baseada no comprometimento e na ética. Johnson (*apud* SOUZA, 2003, p. 7) afirma que um empreendedor é responsável quando é interessado não unicamente no seu bem-estar, mas também no bem-estar coletivo, dos outros membros da empresa e da sociedade. É essa transparência nos negócios que gera um perfil confiável às empresas, ou seja, ser transparente e consciente gera uma boa reputação e essa boa reputação é transformada em lucro institucional. Por isso Kanuk e Schiffman (2000, p.12) dizem que "a maioria das empresas reconhece que atividades socialmente responsáveis melhoram suas imagens junto aos consumidores, acionistas, comunidade financeira e outros públicos relevantes".

Assim, reforça-se a ideia de que Responsabilidade Social ultrapassa os conceitos de responsabilidade e dever social, transformando-se em uma via de mão dupla onde ganha a sociedade, através dos investimentos realizados, e ganha à empresa, através do retorno de imagem que as ações produzem. O título de empresa-cidadã passa

---

<sup>5</sup> Stakeholders são os públicos estratégicos que cercam uma organização. Mais informações em <http://www.significados.com.br/stakeholder/>



a ser uma referência para as empresas e um diferencial competitivo. Muitas são as áreas que a Responsabilidade Social pode atuar e modificar, uma delas é a Educação Ambiental.

#### **4 RESPONSABILIDADE SOCIAL E EDUCAÇÃO AMBIENTAL**

O conceito de Responsabilidade Social é bastante amplo, permitindo diversas interpretações. As ações promovidas têm como objetivo melhorar a qualidade de vida de uma determinada comunidade. Se é possível, através de projetos contínuos e concretos, transformar a realidade de um determinado local, por que não modificar a realidade do meio ambiente ao qual a organização está inserida? Conforme Barbieri (2011, p. 82):

[...] a meta da educação ambiental é desenvolver uma população mundial consciente e preocupada com o meio ambiente para atuar individual e coletivamente na busca de soluções para os problemas atuais e para a prevenção de novos problemas.

Compreende-se, portanto, que se torna perfeitamente possível a união dos dois movimentos em prol do meio ambiente e sobrevivência mundial. As duas áreas de conhecimento se complementam e são capazes de modificar cenários de diferentes tipos. De acordo com o Tratado de Educação Ambiental para Sociedades Sustentáveis e Responsabilidade Global<sup>6</sup> “a educação ambiental é entendida como um processo de aprendizado permanente, baseado no respeito a todas as formas de vida”. Através de projetos contínuos de sensibilização é possível transformar a realidade na qual uma organização está inserida. Ações de Responsabilidade Social interligadas com Educação Ambiental (EA) modificam o pensamento vigente criando ações concretas com resultados mensuráveis.

Diversos acordos foram feitos ao longo dos anos para minimizar os impactos ambientais em diversas áreas, pode-se citar as ações da Organização das Nações Unidas - ONU através de reuniões com líderes mundiais para definição de padrões. O Brasil possui uma fauna e flora ímpares, além de uma bacia hidrográfica reconhecidamente

---

<sup>6</sup> O texto integral do Tratado de Educação Ambiental para Sociedades Sustentáveis e Responsabilidade Global está disponível em diversas páginas da web, como em <http://portal.mec.gov.br/secad/arquivos/pdf/educacaoambiental/tratado.pdf>



abundante. Por isso, a responsabilidade em manter tais recursos naturais torna-se muito maior visto a singularidade dos mesmos. Por conta dos movimentos gerados universalmente, houve uma tomada de consciência tanto da população quanto das empresas em geral. É nesse momento que os conceitos de RS e EA se cruzam e desencadeiam transformações até então não vistas. Para Grajew (2001), membro do Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social que reúne empresas brasileiras que buscam o sucesso econômico sustentável procurando adotar um comportamento socialmente responsável, "apenas a responsabilidade social é capaz de promover uma drástica transformação no quadro humano e ambiental brasileiro e mundial".

## **5 CARACTERÍSTICAS DO TRANSPORTE HIDROVIÁRIO**

Os rios possuem uma influência tão grande na história do país que, de acordo com Marques (2000 *apud* Rodrigues e Castro, 2011, p. 325), “o povoamento do Brasil ocorreu através de rios brasileiros merecendo destaque o rio Tietê, o Amazonas, o Tapajós, Madeira, o Pardo e o Taquari”. Assim sendo, esta modalidade de transporte possui suas raízes antigas e intimamente ligadas com o desenvolvimento do país, pois foi o meio encontrado pelo colonizadores para desbravar a região que acabara de ser descoberta. Cerquinho (2006, p. 133) afirma que “o país é dono da terceira rede hidroviária do mundo, contendo 42 mil quilômetros de hidrovias, onde apenas 10 mil quilômetros são efetivamente utilizados [...]”

Para se locomover e ir de um ponto a outro, o ser humano criou diversos meios de transporte: o aeroviário, ferroviário, rodoviário e o sistema hidroviário, que possui componentes próprios que influenciam na eficiência de suas operações. Para Morgado, Portugal e Mello (2013, p. 119)

O transporte pode ser considerado um dos elos fundamentais da vida em sociedade, viabilizando a realização de deslocamentos para os mais diversos fins, impactando diretamente sobre os usuários do sistema e indiretamente, sobre a sociedade como um todo.

Para Keedi e Mendonça (2000), o transporte hidroviário, que será abordado ao longo deste artigo, é aquele que diz respeito a todos os tipos de transporte efetuado sobre as águas. Incluem-se neste conceito o transporte fluvial, praticado em rios, e o



lacustre, praticado em lagos, denominados, respectivamente, aquaviário de interior e transporte marítimo.

De acordo com a Lei número 9.432/1997 a respeito do transporte hidroviário, a ordenação se divide em cinco tipos: a de apoio portuário e a de apoio marítimo, que atuam como atividades de suporte; a navegação de cabotagem, correspondente ao deslocamento entre portos ou pontos do território brasileiro por meio da via marítima ou entre esta e as vias navegáveis interiores; a de interior que é realizada em hidrovias interiores, em percurso nacional ou internacional e por fim, a de longo curso, que se realiza entre portos brasileiros estrangeiros. Esta pesquisa apresenta um estudo sobre as condições de comunicação socioambiental realizadas nas embarcações de grande porte do Estado, limitando-se, portanto, a Bacia do Rio Amazonas que contempla a navegação de interior em território nacional.

## 5.1 O TRANSPORTE HIDROVIÁRIO NO AMAZONAS

Conforme Alves (2007), na jurisdição da ANTAQ, a navegação interior no Brasil ocorre no transporte longitudinal (interestadual e internacional) e nas travessias em diretriz de rodovias federais. Nos rios da região amazônica, essa modalidade de transporte de passageiros e cargas se dá em função do posicionamento dos núcleos populacionais localizados à margem dos próprios rios. Pela falta de estradas, as hidrovias tornaram-se fundamentais para a locomoção das populações ribeirinhas, equiparando-se ao grau de importância do sistema rodoviário de outras cidades brasileiras.

Segundo o Caderno de Recursos Hídricos da Agência Nacional de Águas - ANA (2005), os sistemas de navegação existentes na Amazônia podem ser classificados de acordo com a capacidade de carga e de navegabilidade entre:

- a) Embarcações rústicas, formadas por canoas a remo ou pequenas embarcações voadeiras operadas por seus proprietários para o transporte de passageiros e de pequenas cargas e consistem no único meio de acesso à comunidades ou casas isoladas localizadas na beira de igapós ou pequenos rios;
- b) Embarcações de linha, que transportam passageiros e distribuem cargas ao longo de toda a malha hidroviária da região, os barcos são maiores e conhecidos por ‘batelão’ ou ‘recreio’;



- c) Comboios de balsas, apresentam diferentes tamanhos, potência e calado para atender às mais diversas condições de navegabilidade dos rios e são utilizados para o transporte exclusivo de cargas. As balsas são rebocadas por barcos empurradores ou puxadores, existem também os comboios com tecnologia mais avançada que dispensam o uso de guinchos, empilhadeiras e equipamentos e atendem, quase exclusivamente, ao Pólo Industrial de Manaus;
- d) Têm-se ainda, os navios. Normalmente são de porte oceânico e especializados no transporte de minérios, mas também fazem o transporte de contêineres. Devido ao seu porte, estão limitados aos maiores rios da região.

Para Peixoto (2006, p. 94) “[...] a Amazônia tem entre 23 e 24 mil quilômetros de vias fluviais, sendo navegáveis entre 13 e 16 mil quilômetros, com profundidade superiores a 1 metro durante 90% do ano”. Araújo (2006) afirma que os principais rios navegáveis são Solimões, o Negro, o Branco, o Madeira, o Purus e o Juruá. Ainda de acordo com o autor (2006, p. 172):

Em função de carência das rodovias e abundância de rios navegáveis, o transporte hidroviário na Bacia Amazônica reveste-se de grande importância econômica e social sobre os mais diversos aspectos, desde o de subsistência, como transporte de pequenas cargas e passageiros, até o de maior vulto, isto é, de cabotagem ou de longo curso, onde são utilizadas grandes embarcações [...]

Historicamente, os rios possuem uma relevante importância na vida dos ribeirinhos, sendo responsáveis até mesmo pela colonização da região da Amazônia legal. As hidrovias são as grandes responsáveis pelo abastecimento de mercadorias, transporte de passageiros e até de informações. Esta é uma via de ligação com o restante do estado e, em alguns casos, do país. Os rios são o elo entre os longínquos municípios e os produtos e serviços transportados pelas embarcações. Assim, torna-se perceptível que eles agregam valor econômico e social à vida daqueles que os circundam.

## **6 METODOLOGIA**

Para a realização desta pesquisa e aplicação dos questionários objetivando alcançar os objetivos geral e específicos propostos, foi necessário definir os critérios de





classificação. Segundo Gil (2010), pode-se considerar esta pesquisa como exploratória, pois tem como objetivo proporcionar maior familiaridade com o problema, com vistas a torná-lo mais explícito ou a construir hipóteses. O problema, neste caso, é conhecer as estratégias de Responsabilidade Social utilizadas nas embarcações de grande porte para tratar a temática Educação Ambiental e Sustentabilidade com seus usuários. Ainda é possível classificar este modelo de pesquisa como descritiva, visto que objetiva descrever o perfil dos usuários e dos proprietários dessas embarcações, além de conhecer as possíveis ações para promover a Responsabilidade Social e a Educação Ambiental durante as viagens.

Considerando-se o critério de classificação de pesquisa proposto por Vergara (2010) para determinar os meios de investigação, este estudo é considerado como pesquisa de campo, que consiste em uma investigação empírica realizada no local onde ocorre ou ocorreu um fenômeno. Foram utilizados questionários aplicados com proprietários ou responsáveis pelas embarcações e os passageiros desses barcos para conhecer diversos aspectos referentes ao estado socioeconômico e cuidados com o meio ambiente. Também pode-se considerar esta pesquisa como bibliográfica, visto que a fundamentação teórico-metodológica está ancorada sobre acervos literários dos temas em questão e no acesso à páginas referentes ao assunto proposto na Internet.

Segundo o Porto Organizado de Manaus, o universo correspondente a esta pesquisa é de 150 barcos de linha, resultando em uma amostra de 86 embarcações com uma margem de erro de  $\pm 7\%$ . Para a aplicação da pesquisa junto aos passageiros, utilizou-se 100 questionários de forma aleatória simples. A coleta de dados ocorreu de 21 de outubro à 15 de novembro de 2013 e a análise dos resultados foi realizada de forma quantitativa que, de acordo com Fonseca (2002), recorre a linguagem matemática para descrever as causas de um fenômeno, as relações entre variáveis, etc.

## **7 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS**

Esta pesquisa utilizou-se de tipos de questionário para coleta de dados: o tipo 1, que corresponde aos proprietários ou responsáveis pelas embarcações e a tipo 2, que corresponde aos passageiros que se utilizam desse meio de transporte. Para melhor esclarecer, a análise dos resultados será dividida em duas partes, sendo:

### **7.1 TIPO 1: PROPRIETÁRIOS OU RESPONSÁVEIS PELAS EMBARCAÇÕES**



O questionário aplicado a este público constituiu-se de 17 perguntas com respostas fechadas, a amostra avaliada foi de 86 embarcações que atracam no Porto Organizado de Manaus. Após a coleta dos dados, chegou-se a conclusão que os homens são maioria no gerenciamento das embarcações e possuem entre 31 e 40 anos de idade e a metade das embarcações são consideradas antigas, pois já estão em uso a mais de 9 anos.

Quanto ao tratamento da água utilizada na cozinha e banheiros tem-se um dado alarmante: nenhuma das embarcações realiza esse tipo de ação. Ou seja, toda água utilizada nas descargas, pias e após o banho são despejadas diretamente nos rios sem nenhuma espécie de cuidado. O tratamento de esgoto só está presente em 30% das embarcações pesquisadas e todos utilizam-se de Caixa de Dejetos que são recolhidas por empresas especializadas em cada Porto visitado durante as viagens. O percentual de embarcações que possuem esse tratamento é muito pequeno, dado ao fato de existirem muitas viagens para diversos lugares do Estado. A falta dessa ação acarreta uma série de problemas às comunidades ribeirinhas que precisam de água para suas atividades diárias. Fezes, urina e outros materiais despejados durante as viagens contaminam as águas desencadeando possíveis doenças e contaminando os peixes que são ingeridos pelos moradores da região.

A coleta seletiva possui um lugar ainda tímido nas embarcações, apenas 25% utilizam-se deste método. O restante, 75%, recolhem todos os materiais em um mesmo recipiente e despejam no lixo comum. Esse material poderia estar sendo reaproveitado de outra maneira e servindo de sustento para famílias de baixa renda. A reciclagem também permite a renovação do material produzido, realocando-o para um novo uso. Mesmo as embarcações que realizam a coleta das garrafas e latas de separadamente, cometem ainda um grande erro: depositam-nas em lixeiras comuns ao atracarem nos Portos. Este processo necessita de melhorias, esse material poderia ser doado para associações de catadores para dar nova utilidade como já fazem a outra metade das embarcações que trabalham com este tipo de ação de maneira correta.

As embarcações que trabalham a comunicação interna para sensibilizar os passageiros sobre preservação ambiental somam 50%, a outra metade não utiliza esse método. Nenhum barco realiza campanhas para a conscientização dos viajantes sobre economia de água ou energia e 55% das embarcações de linha não executam nenhum tipo de divulgação quanto ao desperdício de alimentos durante a viagem.



Para finalizar a pesquisa com os proprietários, 71% deles afirmaram que ações de comunicação e responsabilidade social são importantes. Embora a grande maioria deles não pratiquem essas ações, atribuem grande importância a elas. É inquestionável que a amostra analisada possui consciência de seu papel como empresários e como seres humanos, reconhecendo a importância de manter e preservar o meio ambiente, entretanto, é perceptível a falta de ações para conscientizar e modificar ações alarmantes vivenciadas na atualidade.

O transporte aquaviário é o principal meio de locomoção dos habitantes do Amazonas, esta forma de transporte de pessoas e cargas é secular e acontece da mesma maneira há bastante tempo. Entretanto, com as mudanças sofridas pela natureza, é primordial que se modifique a forma de realizar tal transporte também. A preocupação com os rios, sem os quais seria impossível trafegar, deve fazer parte de um novo planejamento de reestruturação da forma desse transporte.

Uma ação conjunta entre os empresários e os órgãos competentes se faz necessária para reverter um quadro alarmante no Estado. A construção de novos Portos e a revitalização dos já existentes, somando-se com a devida cobrança e presença dos órgãos competentes para realizar fiscalização contínua e a conscientização dos passageiros e proprietários, é a forma de alcançar o equilíbrio entre o lucro e a preservação ambiental. Sensibilizar e modificar os pensamentos e ações dos passageiros para assuntos relacionados a preservação ambiental é também sensibilizar os proprietários sobre o seu papel na vida cotidiana dos rios e sobre a manutenção da vida aquática e de todos aqueles que dependem das águas para sobreviver.

## 7.2 TIPO 2: PASSAGEIROS QUE UTILIZAM AS EMBARCAÇÕES

Os questionários Tipo 2 foram dirigidos aos passageiros que realizam viagens nas embarcações de linha e foram constituídos de 11 perguntas com respostas fechadas. Objetivou-se aqui identificar a percepção dos usuários acerca do tema Responsabilidade Social e traçar o perfil desse público.

Após a coleta e análise dos dados, foi possível traçar o perfil socioeconômico dos usuários do transporte aquaviário do Amazonas. A maior parte dos passageiros são mulheres com idade entre 36 e 45 anos. Grande parte dos entrevistados, 42%, afirmam possuir renda mensal de 1 à 2 salários mínimos, o que corresponde a R\$ 1.356,00. 39%



dos passageiros viajam de 3 à 5 vezes por ano e 42% utilizam-se das embarcações para viajar a passeio ou diversão. A grande maioria dos passageiros cursou até o ensino médio completo ou incompleto e 47% dos pesquisados consideram-se profissionais autônomos.

Aproximadamente 60% dos passageiros concordam que possuem responsabilidade com relação ao meio ambiente. Esta porcentagem se aproxima dos 61% que não consideram satisfatório o índice de comunicação com o objetivo de sensibilizá-los para questões ambientais. Portanto, pode-se concluir que um maior investimento em campanhas comunicacionais para desenvolver a consciência ambiental nos passageiros surtiria efeito, pois a grande maioria já assume a sua responsabilidade pessoal com o meio ambiente e com os impactos causados por eles. Ainda verificou-se que 57% desconhecem o sentido da palavra Sustentabilidade. Ações para minimizar impactos ambientais e maximizar o poder da Sustentabilidade através da comunicação são estratégias a serem adotadas pelas embarcações e órgãos competentes. Desta maneira, o passageiro teria a oportunidade de conhecer mais sobre preservação e possuir consciência do seu papel para a manutenção das vias aquaviárias e todos que, direta ou indiretamente, dela dependem.

## **CONCLUSÃO**

Diante dos resultados encontrados nesta pesquisa, verificou-se que o transporte aquaviário amazonense necessita de grandes melhorias. As embarcações são desprovidas de ações e campanhas voltadas à Sustentabilidade e Educação Ambiental, atuando de forma empírica e, muitas vezes, ignorando a real importância desse instrumento enquanto que os passageiros, por sua vez, possuem consciência de seu papel.

Mudanças só serão efetivamente realizadas se houver um trabalho de parceria entre os empresários armadores e o Poder Público. A falta de estrutura nos Portos do Estado são latentes e os investimentos cada vez menores. Cobrar ações socialmente responsáveis das embarcações sem dar uma estrutura para que isso aconteça não é eficaz. A União, através de sua representação no Amazonas, precisa realizar investimentos concretos e cobrar das embarcações que exerçam a sua função social, protegendo o bem do qual todos necessitam: as águas.



Possíveis sugestões para a criação de uma campanha de comunicação com ações voltadas ao público de classe baixa e com escolaridade até o ensino médio, baseada nas informações discriminadas no item 7 desta pesquisa, seriam: criação de um mascote para ilustrar todas as peças, este mascote seria colocado em todas as embarcações que trafegam nos rios da Amazônia, desta forma, o usuário conseguiria recordar sua imagem e atribuir valor e importância a ela. Cartazes com o mascote seriam colocados em pontos estratégicos das embarcações, com mensagens focadas em preservação ambiental, coleta seletiva, reciclagem, economia de energia e água e o consumo consciente de alimentos. Para complementar, também seria necessário a produção de vídeos com instruções, esclarecimentos e dados referentes a água dos rios que seriam divulgados em momentos oportunos durante a viagem e, além disso, realizar treinamentos com os proprietários e funcionários das embarcações, buscando conscientizá-los sobre o seu papel como agente transformador das ações e provedor de melhorias. Assim, a imagem de embarcação responsável e protetora do meio ambiente permaneceria nos passageiros sensibilizando-os, cada vez mais, sobre o papel deles no âmbito social.

A manutenção da qualidade da água é responsabilidade de todos aqueles que se utilizam dela de alguma forma. Este é um bem valorizado imensamente em todas as regiões do mundo, portanto, os empresários e os passageiros, bem como as autoridades competentes, devem voltar os olhos para uma realidade cada vez mais alarmante. Com a proximidade da Copa do Mundo e outros eventos aguardados no país, a tendência é que o transporte hidroviário ganhe mais força e mais usuários trafeguem nos rios. Por isso, a responsabilidade da manutenção das vias é de todos que a utilizam, tornando-se uma responsabilidade conjunta, que emana investimento e quebra de paradigmas em prol de um bem maior: a preservação ambiental.

## **REFERÊNCIAS**

Agência Nacional das Águas – ANA (2005) A navegação interior e sua interface com o setor de Recursos Hídricos. Cadernos de Recursos Hídricos. Disponível em: <http://arquivos.ana.gov.br/planejamento/planos/pnrh/VF%20Navegacao.pdf>.

AIMBERÊ, Freitas; PORTUGAL, Lícínio da Silva (organizadores). Estudos de Transporte e Logística na Amazônia. Manaus: Novo Tempo, 2006.



- ALVES, Eduardo da Silva. (2007) O transporte hidroviário regular e turístico de passageiros. Seminário Internacional sobre Hidrovias. Brasil / Frandres – Bélgica. Ministério dos Transportes/ Agência Nacional de Transporte Aquaviário.
- ASHLEY, Patrícia Almeida (coordenação). Ética e responsabilidade social nos negócios. São Paulo: Saraiva, 2002.
- BARBIERE, José Carlos. Gestão Ambiental empresarial: modelos, conceitos e instrumentos. São Paulo: Saraiva, 2011.
- FONSECA, João José Saraiva da. Metodologia da pesquisa científica. Fortaleza: UEC, 2002. Apostila
- FROTA, C. D. et al. Estudos de Transporte e Logística na Amazônia. Manaus: Novo Tempo, 2006 in Estudos de Transporte e Logística na Amazônia. Manaus.
- GIL, Antônio Carlos. Como elaborar projetos de pesquisa. São Paulo: Atlas, 5º ed., 2010.
- GRAJEW, Oded. Por um mundo mais seguro. Guia da boa cidadania corporativa: parte integrante da revista exame. São Paulo: Ed.754, 2001.
- HENRIQUES, Márcio Simeone; NETO, Júlio Afonso Sá de Pinho. Comunicação e mobilização social: estratégias de atuação das organizações do terceiro setor na área da comunicação. In Anais do XXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2001. Campo Grande/MS. Intercom, 2001 (CD ROM).
- KEEDI, Samir; MENDONÇA, Paulo C.C. Transportes e Seguros no Comércio Exterior. 2 ed. São Paulo: Aduaneiras, 2000.
- KUNSCH, Margarida Maria Krohling. Relações públicas e modernidade: novos paradigmas na comunicação organizacional. São Paulo: Summus, 1997
- MORGADO, Andréa Vaz; PORTUGAL, Licínio da Silva e MELLO, Andréa Justino Ribeiro. (2013) Acessibilidade na Região Amazônica através do transporte hidroviário. Journal of Transport Literature, vol. 7, n. 2, pp. 97-123.
- PINTO, Christina Carvalho. Valor ou modismo?: Guia da boa cidadania corporativa. Parte integrante da revista exame. São Paulo: Ed.754, 2001.
- SCHIFFMAN, Leon; KANUK, Leslie Lazar. Comportamento do consumidor. Rio de Janeiro: LTC, 2000.
- SOUZA, Dânia de Paula. Comunicação Organizacional e Responsabilidade Social Corporativa: A construção de conceitos. In Anais do Núcleo de Relações Públicas e Comunicação Organizacional, XXVI Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Belo Horizonte/MG, 02 a 06 de setembro de 2003.
- VERGARA, Sylvia Constant. Projetos e relatórios de pesquisa em administração. 12 ed. São Paulo: Atlas. 2010.