



Relações Públicas e a Responsabilidade Ambiental nas Organizações¹

Thays WOLFART²

Daiane SCHEID³

Universidade Federal de Santa Maria, Frederico Westphalen, RS

RESUMO

Este artigo objetiva refletir sobre a atuação dos profissionais de relações públicas no desenvolvimento de atividades de responsabilidade ambiental de uma organização. Entende-se que tais atividades promovem uma relação saudável entre organizações, indivíduos e meio ambiente. Porém a gestão ambiental nas organizações implica em mudanças organizacionais e se vincula a questões de cultura organizacional e imagem institucional, aspectos que apontam para a relevância do profissional de relações públicas no processo.

PALAVRAS-CHAVE: relações públicas; responsabilidade ambiental; sustentabilidade; organizações.

INTRODUÇÃO

As preocupações da sociedade ganham destaque perante a opinião pública nos últimos anos. As organizações são consideradas, para muitos, as causadoras dos desequilíbrios ecológicos, e por isso são tencionadas a conceder respostas a muitos questionamentos. Diante desse contexto, destacamos as estratégias organizacionais voltadas para questões ambientais que permitem um relacionamento equilibrado entre a organização e a sociedade.

Observamos que a responsabilidade ambiental nas organizações públicas, privadas e de terceiro setor torna-se um aspecto visível, ganha destaque, exigindo das organizações comprometimento. Para além do cumprimento das obrigações legais, está a adesão à responsabilidade ambiental, a qual influencia em mudanças de comportamento de todos os colaboradores.

¹ Trabalho apresentado no IJ - DT3 Relações Públicas e Comunicação Organizacional do XVI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 4 a 6 de junho de 2015.

² Graduanda do 6º semestre do curso de Comunicação Social – Hab. Relações Públicas – Ênfase em Multimídia – UFSM/FW - RS. email: thays_wolfart@hotmail.com

³ Professora do curso de Comunicação Social – Hab. Relações Públicas – Ênfase em Multimídia – UFSM/FW - RS. email: daiane.scheid@ufsm.br



Com a finalidade de promover o envolvimento das organizações com as estratégias da gestão ambiental situamos as atividades de relações públicas. A profissão se caracteriza por atuar com os mais diversos públicos das organizações, projetando um relacionamento estável, e pode desenvolver ações que incentivem e promovam determinadas atitudes ecológicas no contexto organizacional.

Neste sentido, nos próximos tópicos, detalhamos a respeito da responsabilidade ambiental das organizações e das relações públicas para abordar a relação entre a profissão e as atividades organizacionais voltadas para o meio ambiente.

Responsabilidade ambiental das organizações

A degradação da natureza iniciou junto a Revolução Industrial, momento em que para as organizações a única obrigação era produzir. Hoje o envolvimento das organizações com a responsabilidade ambiental já possui aumento significativo. A tomada de consciência do problema ambiental nas organizações surgiu a partir do século XX, nesse período a sociedade passou a um estado de alerta, em que encontros, conferências e acordos foram realizados com o objetivo de formular novas ações de desenvolvimento, favorecendo o meio ambiente.

Yanaze (2011) em 1972 a Organização das Nações Unidas (ONU) promoveu a 1ª Conferência das Nações Unidas sobre Meio Ambiente Humano, em que as questões ambientais passaram a ser destaque de relações políticas Segundo Yanaze (2011, p. 651) as “preocupações com o crescimento populacional, esgotamento de recursos energéticos, mudanças climáticas e aquecimento global” foram alguns dos motivos para a realização da convenção.

Segundo o Conselho Nacional do Meio Ambiente (CONAMA) entende-se por meio ambiente “o conjunto de condições, leis, influências e interações de ordem física, química e biológica, que permite, abriga e rege a vida em todas as suas formas”. Para Dias (2011, p. 57) “quando se explora o meio ambiente, que é um bem comum, buscando o benefício privado, podem ser causados impactos ambientais que afetam negativamente o bem-estar de outras pessoas”. Esses impactos atingem principalmente as comunidades próximas às áreas produtivas, tais consequências são consideradas como custos que podem ser revertidos para a empresa, por meio de programas que beneficiam a natureza de maneira que favoreçam também os indivíduos afetados.

Em busca do crescimento harmônico entre a economia empresarial e o meio ambiente, Moura (2004) destaca que tanto os governos, como as empresas e também as



comunidades em geral estão conduzindo mudanças no cenário ambiental. Como por exemplo a racionalização do uso de matérias-primas e energia, a execução de projetos objetivando o reaproveitamento e a reciclagem de materiais, com a finalidade de reduzir o impacto ecológico.

Reis e Queiroz (2002, p. 5) acreditam que o impacto ambiental afeta principalmente “a saúde, a segurança e o bem-estar da população, as atividades sociais e econômicas, a biota, as condições estéticas e sanitárias do meio ambiente e a qualidade dos recursos ambientais”, características que representam a qualidade de vida da sociedade, que por sua vez adotou como necessidade a preservação ao meio ambiente.

Ainda que as atividades de responsabilidade ambientais não sejam aderidas por muitas empresas, as que participam destes projetos ganham reconhecimento e por vezes tornam-se modelos de gestão por outras entidades. Segundo Barbieri (2007) a necessidade de adaptação ao novo cenário sustentável por meio das organizações requer a orientação de iniciativas, o que no século passado não exigia medidas padronizadas, hoje reflete em exigências definidas por legislações e padrões de gestão. Tais adaptações carecem de acompanhamento especializado nos processos de gestão ambiental, para garantir assim sua efetividade.

A atuação organizacional em relação à responsabilidade ambiental exige das organizações o uso de sistemas que fortaleçam a gestão, como por exemplo, o sistema de produção mais limpa e o de ecoeficiência apontados por Dias (2011). O sistema de produção mais limpa segundo Dias (2011) envolve a estratégia preventiva, tanto na produção, como nos processos, produtos e serviços, evitando assim riscos ao ser humano e a natureza. Já o sistema de ecoeficiência também de acordo com Dias (2011) tem seus princípios baseados na satisfação às necessidades humanas e qualidade de vida e também na redução de recursos que por consequência reduzirá o impacto ambiental.

Qualificando seus processos, as instituições buscam a certificação da International Organization for Standardization (ISO). Nesse sentido encontramos por procedimentos de gerenciamento e certificação da gestão ambiental nas organizações, uma destas é a norma ISO 14000⁴, caracterizada por sistema de gestão ambiental, que auxiliam no processo instauração de padrões para conquistar a certificação. Segundo Oliveira (2008, p. 44 – 45) “as certificações podem ajudar a estabelecer a ponte de

⁴ A ISO 1400 – Disponível em: <http://www.iso.org/iso/fr/home/standards/management-standards/iso14000.htm>?= Acesso em : 27 de abril de 2015.



informação entre consumidores e produtos, alavancando o mercado de produtos mais social e ambientalmente responsáveis”.

O MA – Meio Ambiente que está correspondendo a um novo relacionamento dos consumidores com os produtores, com ações de apoio ou de boicotes, pressões junto ao governo para endurecer leis, estimulando a atuação de ONG’S e órgão comunitários, acionistas, comunidade internacional, etc. (MOURA, 2004, p. 54)

Nesse cenário, o investimento na responsabilidade ambiental pelas organizações configura uma estratégia, já que a proteção ambiental passou a ser uma necessidade da sociedade. Acreditamos que um produto com qualificação de proteção ambiental possui certo prestígio dentre os consumidores se comparado a um produto que desconsidera as questões ambientais.

Em relação à iniciativa ecológica empresarial Person (2011, p. 286) apresenta que “caso não queiram criar seus próprios padrões de gestão, as empresas podem apostar em modelos desenvolvidos pelo terceiro setor ou pela iniciativa privada”. Segundo o autor as ações elaboradas por entidades do terceiro setor corroboram principalmente com causas existentes na sociedade, evidenciando a melhoria da qualidade de vida, o que requer das empresas responsabilidade em devidas atividades.

As entidades ambientalistas do país exercem diversas ações à proteção ecológica, conforme Yanaze (2011, p. 657) essas ações são caracterizadas pela “conservação e recuperação de áreas de mata nativa, combate ao desmatamento, conservação e recuperação de recursos hídricos, proteção de animais silvestres, apoio a populações das regiões protegidas, combate ao aquecimento global”. Embora a atuação das entidades possua objetivos em comum, Yanaze (2011) explica que elas correspondem a tipos diferentes, podendo ser de âmbito privado, como por exemplo a Natura Cosméticos⁵, organização de iniciativa privada que investe na responsabilidade ambiental. De âmbito público podemos citar o BNDES⁶ e no âmbito público-privado

⁵ A natura caracteriza-se por ser uma empresa brasileira, referência em cosméticos, pela sua atuação sustentável na sociedade tornou-se reconhecida nacionalmente. Disponível em <<http://natu.infoinvest.com.br/static/ptb/sobre-a-natura.asp?idioma=ptb>> e <<http://natu.infoinvest.com.br/static/ptb/sobre-a-natura.asp?idioma=ptb>> Acesso em 24 de novembro de 2014.

⁶ O Banco Nacional do Desenvolvimento - BNDES incentiva a práticas de proteção ambiental. Disponível em <http://www.bndes.gov.br/SiteBNDES/bndes/bndes_pt/Areas_de_Atuacao/Meio_Ambiente/> Acesso em 24 de novembro de 2014.



temos o exemplo da parceria entre Fundação Amazonas Sustentável e o Banco Bradesco⁷ que resulta em um projeto de proteção ambiental.

Os movimentos ecológicos internacionais e nacionais contam hoje com cerca de 50 milhões de pessoas, quase todas de países ricos. As sociedades desses locais, por terem suas outras necessidades básicas atendidas (alimentação, moradia, emprego, estabilidade econômica, segurança) colocam a preservação ambiental como questão altamente prioritária. (MOURA, 2004, p. 23)

Compreendemos que os movimentos ecológicos têm influência direta nas administrações públicas, pois com o aumento das exigências da sociedade as normas tendem a ser alteradas, influenciando assim nas atividades de responsabilidade ambiental, desenvolvidas pelas organizações. Segundo Dias (2011, p. 84) “a ação desenvolvida pelas comunidades só é possível pelo fato de as pessoas terem adquirido consciência da importância da manutenção da qualidade do meio ambiente como fundamental para a sua existência”, assim entendemos que a mobilização de órgãos ambientalistas estimula as comunidades e essas impulsionam as atividades, exigem posicionamento das organizações.

O profissional de relações públicas

Cabe ao relações públicas “ajudar uma organização a interagir com os componentes sociais e políticos do seu ambiente”, conforme salienta Ferrari (2008, p. 83 – 84). Por componentes sociais a autora entende a equipe corporativa, que fundamenta a organização, como também os elementos externos, as comunidades em que a organização atua, e a sociedade num todo.

As relações públicas tem uma função estratégica que ajuda uma organização a interagir com os componentes sociais e políticos de seu ambiente. Esses componentes levam a compor o ambiente institucional de uma organização, que consiste em públicos que afetam uma empresa ou instituição e também são afetados por esta na busca de seus objetivos. Se fizermos uma análise por um viés pragmático, veremos que as organizações têm como uma de suas funções contribuir para resolver problemas da sociedade, no entanto, elas criam problemas e desafios para a sociedade. (FERRARI, 2009, p. 246)

⁷ A Fundação Amazonas Sustentável (FAS) é uma entidade pública, estruturada para o desenvolvimento da sociedade, e que para isso possui projetos, um deles é o Programa Bolsa Floresta, o qual o Banco Bradesco é parceiro. Disponível em <<http://fas-amazonas.org/parceiros/parceiros-operacionais>> Acesso em 24 de novembro de 2014.



Segundo Kunsch (2003) as relações públicas, por meio de atividades e funções específicas, possuem o desafio de conciliar o cumprimento das obrigações globais e responsabilidades sociais das organizações. Para tanto as organizações como integrantes de um sistema social tem deveres, sendo que a sociedade exige um posicionamento diante de determinadas situações. Compete às organizações refletir sobre a transparência de atividade e informações, para que assim possam relacionar-se com sociedade e contribuir, por exemplo, com o desenvolvimento da cidadania no âmbito da responsabilidade social.

Nesse contexto, as relações públicas operam para manter equilibrados os interesses da organização e de seus públicos. De acordo com Kunsch (2003) as funções das relações públicas se classificam em quatro: administrativa, mediadora, política e estratégica. Kunsch (2003) acredita que a função estratégica coincide-se com a forma que as organizações atuam e por meio de atividades de responsabilidade social, sabemos que as preocupações empresariais concentram praticamente todas as suas estratégias na produção de bem de consumo e/ou serviços, mas as ações sociais também têm sido alvo de preocupações organizacionais.

O papel social da profissão está diretamente ligado com o planejamento estratégico. As discussões acerca das organizações e sua atuação social, principalmente aquela que se reportam a participação ambiental destas, devem ser pensadas estrategicamente. Assim estes questionamentos apresentarão respostas significativas, as quais tendem a posicionar a organização perante a sociedade de forma adequada, definindo sua identidade, missão, princípios e valores. (KUNSCH, 2003)

Ao atuar com as responsabilidades organizacionais, o profissional de relações públicas compreende que “a imagem ética de uma organização é, antes, construída pelo cumprimento de sua responsabilidade social, jamais apenas por discursos alienantes”. (SIMÕES, 2001, p. 41 apud PINTO, 2009, p.12) Neste sentido compete a este profissional informar de forma transparente a sociedade sobre ações desenvolvidas pela organização, conciliando os interesses desta com os anseios e desejos da sociedade. Quando o autor refere-se à responsabilidade social entendemos que nesse âmbito cabe às organizações desempenhar também a responsabilidade ambiental na sociedade, já que esta é considerada parte integrante da responsabilidade social.

Conforme Oliveira (2007) muitas definições de relações públicas apresentam a preocupação da profissão com questões relacionadas ao exercício cidadania, como por exemplo, a transparência em suas ações, o diálogo, a confiança e a responsabilidade



social em alcance da educação. A atuação do profissional de relações públicas no comprometimento com a cidadania tem se preocupado em envolver as entidades dos três setores em causas sociais.

[em] até mais ou menos dez anos relações públicas eram concebidas teoricamente e praticadas majoritariamente como instrumento a serviço do capital, dos governos e da hegemonia das classes dominantes. Mas, a sociedade é dinâmica e, acompanhando as mudanças que vêm ocorrendo no interior da sociedade brasileira, às relações públicas também chegou a vez de se deixarem mudar. Hoje, teórica e praticamente, é possível falar de relações públicas populares, ou comunitárias, orgânicas às classes subalternas. Ou seja, de um trabalho de relações públicas comprometido com os interesses dos segmentos sociais subalternos organizados, ou num sentido mais amplo com o interesse público. (PERUZZO, 1998, p. 125)

Segundo Utsunomiya (2007) a relação do profissional de relações públicas com instituições do terceiro setor tem características distintas da relação com as organizações empresariais e governamentais. A comunicação nas organizações de primeiro e segundo setor ocorre entre empresa/governo com cliente/cidadão, já com no terceiro setor o processo de comunicação desempenha um relacionamento distinto, que causa a intervenção de entidades sem fins lucrativos, que também visam o benefício da comunidade.

Relações públicas e a responsabilidade ambiental nas organizações

A gestão ambiental das organizações implica a eficácia da comunicação, e entendemos que está diretamente relacionada às atividades desenvolvidas pelos profissionais de relações públicas, os quais pautam-se em planejamento estratégico, avaliações, implementação e controle de ações comunicacionais. Para isso, cabe a esse profissional:

propor e executar programas de participação social e avaliar seus resultados; promover práticas de trabalho voluntário; promover programas de esclarecimento público; identificar a visibilidade da empresa diante de seus diversos públicos; sugerir e efetivar parcerias com organizações sem fins lucrativos, de maneira ética e construtiva; encontrar formas de posicionar a organização perante a opinião pública de maneira social e ambientalmente correta; e estabelecer processos de controle para que seus planejamentos se tornem cada vez mais eficazes. (CARVALHO, 2007, p. 352)



Para Donaire (2011) as práticas ambientais quando utilizadas nas organizações podem fortalecer a imagem institucional, tanto na comunidade interna como também junto da comunidade externa. Também Torquato (2012) argumenta sobre as questões de impacto ambiental, o autor declara que o equilíbrio entre os objetivos empresariais e os da comunidade devem ser adotados pelas organizações.

No que tange a imagem positiva da organização, ressaltamos que o desenvolvimento de uma identidade positiva requer a implementação de mudanças, ou seja, o profissional de relações públicas deve elaborar programas para aprimorar a competitividade organizacional. Segundo Donaire (2011, p. 102) esses programas visam “programar visitas as fábricas, organizar mesas-redondas e informativos, estabelecer ligações com os órgãos de controle, imprensa e grupos ambientalistas e propiciar programas de informações ambientais para os diferentes segmentos da comunidade”.

Para pensar as questões ambientais também é preciso considerar o contexto nas mudanças tecnológicas. Nesse sentido Fortes afirma que

A aceleração das mudanças tecnológicas e o aumento das questões ambientais que cercam as organizações trouxeram uma série de provocações ao marketing tradicional, superando a sua particular capacidade de análise, pelas inúmeras variáveis que dificultam os seus esforços, transferindo essas pendências ao campo de relações públicas. (FORTES, 1999, p. 161)

Conforme a abordagem do autor, o desenvolvimento tecnológico nos últimos anos tem passado por uma acelerada expansão, e forjou a atuação das organizações frente à interação com a sociedade. Com isso a intensificação de recursos e ações, que beneficiam a sociedade, tem sido desenvolvida frequentemente pelas entidades públicas e privadas. Neste sentido o profissional de relações públicas, apto a planejar e analisar as ações que, conseqüentemente, serão apresentadas a sociedade, de maneira que proporcione visibilidade à organização.

A adaptação das organizações para um sistema de responsabilidade ambiental tende a apresentar mudanças organizacionais, em que os colaboradores necessitam estar envolvidos. Entendemos que as mudanças na organização, advindas da adoção de uma perspectiva de responsabilidade ambiental, nem sempre é aceita por todos os indivíduos que constituem a corporação, para isso compete aos profissionais de relações públicas implementar sistemas de comunicação proporcionam informações suficientes e que dialogam com os envolvidos para haver a aceitação dos princípios propostos.



Acreditamos que os processos de comunicação são capazes de influenciar a mudança de atitude em respeito à responsabilidade ambiental dos envolvidos com a organização. E a gestão da comunicação é um compromisso das relações públicas, que desenvolverá o plano de comunicação estratégico, para envolver os públicos na mudança de consciência.

Em relação aos produtos ecológicos Biazin e Godoy (2008, p. 5) acreditam que “em decorrência da maior consciência ecológica dos consumidores, os atributos ambientais tornaram-se um dos diferenciadores na escolha de produtos. Em resposta, proliferam, em número cada vez maior, os rótulos ambientais”. O valor agregado aos produtos com selos ecológicos reflete na propensão de vendas, já que a uma pretensão da melhoria da qualidade de vida, os consumidores tendem a optar por produtos que proporcionam benefícios.

Oliveira (2007, p. 186) assegura que “aquelas empresas que investem na questão social adquirem um diferencial que as destaca em relação aos concorrentes, influenciando as preferências dos consumidores”. Neste sentido, acreditamos que as estratégias de conscientização ambiental modificaram os negócios, sendo que, estas atividades tornaram-se diferenciais competitivos, e os consumidores, mais exigentes, possuem conhecimentos específicos sobre as organizações e suas ações, o que influencia na aceitação de produtos/serviços de determinada instituição no mercado.

Considerações finais

A relação das organizações com a sociedade, no que se refere à questão ambiental, tem exigido constante investimento por parte das organizações, as quais estão sujeitas a terem sua imagem afetada em virtude da sua responsabilidade ambiental.

Assim, ao profissional de relações públicas cabe a gestão da comunicação, promovendo o relacionamento da organização com seus públicos. A respeito da responsabilidade ambiental da organização cabe aos profissionais de relações públicas utilizarem como forma de promover a visibilidade destas, assim avaliar a situação das comunidades em que a organização atua, para então elaborar um amplo planejamento estratégico de comunicação que assegure a estabilidade da organização.

Em suma a atuação das relações públicas nas organizações em relação à responsabilidade ambiental está relacionada com os princípios éticos e sociais dos profissionais. Como cidadãos os profissionais de relações públicas devem atuar



objetivando benefícios para sociedade, mas como ocupam o papel de defensores da organização, a qual representa, compete a este desenvolver princípios que beneficiam tanto as organizações como também a sociedade.

REFERÊNCIAS

BLAZIN, C. C.; GODOY, A. M. G. **O selo verde:** uma nova exigência internacional para as organizações. Disponível em http://ciflorestas.com.br/arquivos/doc_o_organizacaoes_32081.pdf Acesso em: 23 de novembro de 2014.

CARVALHO, C. B. de. Relações Públicas nos programas de responsabilidade social. In: KUNSCH, M. M. K.; KUNSCH, W. L. (Org.) **Relações Públicas Comunitárias:** a comunicação em uma perspectiva dialógica e transformadora. São Paulo: Summus editorial, 2007. p. 352 – 366.

CONSELHO NACIONAL DO MEIO AMBIENTE. Disponível em: <http://www.mma.gov.br/port/conama/>. Acesso em: 27 de abril de 2015.

DIAS, R. **Gestão Ambiental:** responsabilidade social e sustentabilidade. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2011.

DONAIRE, D. **Gestão Ambiental na Empresa.** 2. ed. São Paulo: Atlas, 2011.

FERRARI, M. A. Teorias e Estratégias de Relações Públicas. In: KUNSCH, M. M. K. (Org.) **Gestão Estratégica em Comunicação Organizacional e Relações Públicas.** São Caetano do Sul: Difusão Editora, 2008. p. 77 – 90.

_____. Relações Públicas Contemporâneas: a cultura e os valores organizacionais como fundamentos para a estratégia da comunicação. In: KUNSCH, M. M. K. (Org.) **Relações Públicas:** história, teorias e estratégias nas organizações contemporâneas. São Paulo: Saraiva, 2009. cap. 9, p. 243 – 262.

FORTES, W. G. **Transmarketing:** estratégias avançadas de relações públicas no campo de marketing. São Paulo: Summus editorial, 1999.

KUNSCH, M. M. K. **Planejamento de Relações Públicas:** na comunicação integrada. 5. Ed. São Paulo: Summus editorial, 2003.

MOURA, L. A. A. **Qualidade e Gestão Ambiental.** 4. ed. São Paulo: Juarez de Oliveira, 2004.

OLIVEIRA, J. A. P. **Empresas na Sociedade:** sustentabilidade e responsabilidade social. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.



OLIVEIRA, M. J. da C. Relações Públicas e as Gestões Sociais nos Três Setores da Sociedade. In: KUNSCH, M. M. K.; KUNSCH, W. L. (Org.) **Relações Públicas Comunitárias: a comunicação em uma perspectiva dialógica e transformadora**. São Paulo: Summus editorial, 2007. p. 181 – 193.

PERUZZO, C. **Comunicação nos movimentos populares: a participação na construção da cidadania**. Petrópolis, RJ: Vozes, 1998.

PINTO, R. C. Reflexão sobre o papel dos Relações Públicas na legitimação organizacional através de ações de responsabilidade ambiental. **Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação**. Santa Maria – RS, 2009. Disponível em <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2009/resumos/R4-3632-1.pdf>> Acesso em: 24 de novembro de 2014.

REIS, L. F. S. S. D.; Queiroz, S. M. P. **Gestão Ambiental: em pequenas e médias empresas**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2002.

TORQUATO, G. **Cultura, Poder Comunicação Crise e Imagem: Fundamentos das Organizações do Século XXI**. 2. ed. São Paulo: Cengage Learning, 2012.

YANAZE, M. H. **Gestão de Marketing e Comunicação: avanços e aplicações**. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2011.

UTSUNOMIYA, F. I. Relações Públicas na gestão da comunicação institucional do terceiro setor. In: KUNSCH, M. M. K.; KUNSCH, W. L. (Org.) **Relações Públicas Comunitárias: a comunicação em uma perspectiva dialógica e transformadora**. São Paulo: Summus editorial, 2007. p. 310 – 324.